



Medien-Information Nr. 49/11 vom 8.11.2011

Sperrfrist: keine

Anzahl der Anschläge: 7.422
Abrufbar unter: www.gdw.de

Studie Unternehmenstrends 2020: Demografischer Wandel und energetische Sanierung wichtigste Zukunftsthemen für Wohnungsunternehmen

Berlin – "Gesellschaftliche Prozesse wie der demografische Wandel sowie Individualisierungs- und Pluralisierungsprozesse werden den Wohnungsmarkt der Zukunft stark beeinflussen", erklärte Ingeborg Esser, Hauptgeschäftsführerin des GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen bei der Präsentation der Studie "Unternehmenstrends 2020" in Berlin. Auf der Grundlage einer breit angelegten Mitgliederbefragung und unter wissenschaftlicher Begleitung hat der GdW die wichtigsten Trends für die Wohnungsunternehmen heute und in der Zukunft identifiziert und in der Studie zusammengefasst.

Als zentrale Herausforderungen sehen die Wohnungsunternehmen danach derzeit die Modernisierung und den Neubau von Wohnungsbeständen (37 Prozent) im Rahmen einer nachhaltigen Bestandsentwicklung (31 Prozent). Das Thema Energie sparen und energetische Sanierung sowie die Umsetzung der neuen energetischen Vorschriften halten mehr als ein Viertel der GdW-Unternehmen für einen aktuellen Schwerpunkt. Verlässliche Rahmenbedingungen und Planbarkeit sind dabei unabdingbare Voraussetzungen für erfolgreiches Wirtschaften.

Strukturwandel bestimmt Geschäftsstrategien in der Zukunft

Fast ein Drittel der Unternehmen sieht die Vorbereitung auf den Strukturwandel als das wichtigste Zukunftsthema für ihre Geschäftsstrategie an. "Dieses Ergebnis zeigt, dass die Wohnungswirtschaft wie kaum eine andere Branche sehr stark von regionalen Marktentwicklungen abhängig ist", erklärte Ingeborg Esser. Neben erheblichem Neubaubedarf in stark wachsenden Regionen wird auch das Thema Stadtumbau und Abriss zukünftig eine stärkere Rolle spielen. Daneben sind die Themen energetische Sanierung, Kostenbegrenzung bei den Betriebskosten und Umstellung auf altengerechtes Wohnen wichtige Zukunftsthemen.

Die Vision 2020 – Sechs Trends von Nachhaltigkeit bis Marketing

Anhand der Zukunftsthemen, die direkten Einfluss auf die jeweilige Portfoliostrategie der Wohnungsunternehmen haben, lassen sich sechs zentrale Zukunftstrends ableiten: Nachhaltigkeit in der Bestandsbewirtschaftung, Prozessorganisation und IT, Personalentwicklung, Finanzierung, Partnerschaften und Geschäftsfelderweiterung sowie die Kundenkommunikation und das Marketing.

Dabei ergibt die Studie, dass sich das Thema **Nachhaltigkeit** bis zum Jahr 2020 auf breiter Front als Querschnittsthema durchgesetzt haben wird. Wohnungsunternehmer sind überzeugt, dass für den Unternehmenserfolg eine Orientierung an sozialen und ökologischen Qualitätsstandards wichtig ist. 30 Prozent der Befragten sehen diesen Zusammenhang sogar als sehr eng an. Dabei finden 90 Prozent der Befragten, dass das Quartier als Handlungsebene immer wichtiger wird. Ein professionelles Quartiersmanagement ist unerlässlich für den Erfolg eines Wohnungsunternehmens.

Auch der Trend **Prozessorganisation und IT-Systeme** wird an Bedeutung gewinnen. Im Jahr 2020 ist ein umfassender Kundenservice für die Mieter selbstverständlich geworden. Die wichtigste Zukunftsaufgabe für Unternehmen dabei lautet: Prozesse optimieren. Dazu wird Bearbei-

tungseffizienz und Flexibilität notwendig sein. Der zentrale Maßstab für diese Optimierung ist die Kundenzufriedenheit. 65 Prozent der befragten Wohnungsunternehmer gehen davon aus, dass die Wohnungsverwaltung in Zukunft stärker durchorganisiert und standardisiert ablaufen wird.

50 Im Jahr 2020 werden Mieter überwiegend im digitalen Austausch mit den Wohnungsunternehmen stehen. Die rasante Entwicklung von IT-Neuerungen wird sich fortsetzen. Rund 90 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass durch verbesserte IT-Systeme künftig noch weitere erhebliche Effizienzgewinne zu realisieren sein werden. Dabei wird eine intelligente Haustechnik die Ressourcen schonen und netzunabhängig sein. Cloud Computing gilt als Alternative oder Ergänzung zum eigenen IT-Betrieb. Eine leistungsstarke IT unterstützt alle Prozesse und Vorgänge in den Unternehmen und wird integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. Notwendig ist dabei eine kontinuierliche Wirtschaftlichkeitskontrolle.

Die Aufgaben des **Finanzmanagements** in Wohnungsunternehmen werden bis ins Jahr 2020 noch komplexer. Jedoch werden die klassischen Finanzierungswege weiterhin dominieren. Mehr als 80 Prozent der Befragten schätzen die bisherigen Finanzierungspartner auch zukünftig für wichtig ein. Es sollte innerhalb der Wohnungswirtschaft auch weiterhin verstärkt versucht werden, Instrumente für alternative Zugangswege zu den Kapitalmärkten zu entwickeln.

60 Die Studie zeigt darüber hinaus, dass die **Erweiterung von Geschäftsfeldern** und **Partnerschaften** die Wettbewerbsfähigkeit steigern können. Besonders kleine und mittlere Unternehmen sehen Chancen in solchen Partnerschaften. 85 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass die Wohnung allein nicht mehr das Angebot ausmachen wird. Zusätzliche Geschäftsfelder werden zur Generierung von Erlösen erforderlich sein.

70 "Auf dem Gebiet der **Personalentwicklung** wird sich ein Wandel im Verständnis von Führung zeigen", analysiert Dr. Christian Lieberknecht, Geschäftsführer des GdW, die Studie. Führung werde sich zu mehr Selbstführung und Selbstorganisation fortentwickeln. Steigende Erwartungen der Kunden führten auch zur Veränderung von Führungsaufgaben im Unternehmen. Die immer vielfältigeren Aufgaben erforderten qualifiziertere Mitarbeiter. Eine Schlüsselstrategie für Unternehmen werde es sein, fähigen Nachwuchs zu rekrutieren und dabei die älteren Menschen nicht zu vergessen. Der Wettbewerb um Nachwuchskräfte werde sich bis zum Jahr 2020 branchenübergreifend massiv verstärkt haben. 84 Prozent der Befragten in der Studie geben an, dass der Bedarf an systematischer Personalentwicklung steigen wird.

80 **Kundenkommunikation** und **Marketing** wird in den Wohnungsunternehmen einen noch breiteren Raum einnehmen als bisher. 2020 werden Mieter und Interessenten überwiegend Internet-Angebote und E-Mails als Kommunikationskanäle zum Vermieter nutzen. Wohnungsunternehmen begegnen ihren Kunden daher immer stärker über digitalisierte Kommunikation. Die stärkere Digitalisierung erfordert eine neue interne und externe Organisation der Kundenbeziehung. 79 Prozent der Befragten geben an, dass unterschiedliche Anforderungen der Kunden eine wesentlich stärker ausdifferenzierte Kommunikation erfordern werden. Die Bedeutung sozialer Netzwerke (social media) wird für die Wohnungswirtschaft rasant zunehmen. Für eine erfolgreiche Unternehmensführung ist das Detailwissen über den Kunden unerlässlich. Alle Befragten waren übereinstimmend der Meinung, dass es immer wichtiger sein wird, die unterschiedlichen Kunden-Zielgruppen mit adäquaten Produkten und Dienstleistungen sowie einem passenden Marketing anzusprechen.

90 Insgesamt zeigt die Studie: Im Mittelpunkt der Unternehmensstrategie stehen auch zukünftig die Wünsche der Mieter. Je nach Haushaltsgröße, finanziellen Möglichkeiten und Wohnvorstellungen zeigen sich schon heute erhebliche Unterschiede. Je passgenauer das Wohnungsangebot ist, desto größer ist die Vermietungssicherheit. Marktforschung, insbesondere in Bezug auf Zielgruppen und Wohnwünsche, wird deshalb eine Zukunftsaufgabe der Wohnungswirtschaft sein, um auf Nachfragetrends auch kurzfristig reagieren zu können. Im Fokus wird dabei nicht nur die einzelne Wohnung, sondern die Entwicklung des gesamten Quartiers stehen.