

Global Markets Real Estate

MEGATRENDS DER IMMOBILIENMÄRKTE IN DEUTSCHLAND

Redaktionsschluss: 1. April 2014

Verantwortlich für den Inhalt: Deutsche Hypothekenbank

Ansprechpartner

Andreas Pohl · phone + 49 511 3045-310 · email: andreas.pohl@deutsche-hypo.de

Prof. Dr. Günter Vornholz · phone + 49 511 3045-640 · email: guenter.vornholz@deutsche-hypo.de
(V.i.S.d.P.; Markt-Analyse)

www.Deutsche-Hypo.de

Gliederung

Management Summary	4
1. Megatrends	5
2. Megatrendcluster I: Demografische Entwicklung	6
2.1 Charakteristika der demografischen Entwicklung in Deutschland	6
2.2 Wohnimmobilien	8
2.3 Büroimmobilien	9
2.4 Einzelhandelsimmobilien	10
3. Megatrendcluster II: Wertewandel der Gesellschaft	11
3.1 Gesellschaftlicher Wertewandel als Megatrend	11
3.2 Wohnimmobilien	13
3.3 Büroimmobilien	15
3.4 Einzelhandelsimmobilien	16
4. Megatrendcluster III: Technologischer Fortschritt	17
4.1 Der technologische Fortschritt	17
4.2 Wohnimmobilien	18
4.3 Büroimmobilien	18
4.4 Einzelhandelsimmobilien	19

Management Summary

Artikel und Berichte über die kurzfristigen Entwicklungen dominieren die Analysen der Immobilienmärkte und der Immobilienwirtschaft, sie verdecken jedoch, dass diese stark von langfristigen Entwicklungstrends, den Megatrends, beeinflusst werden. Die Planungs- und Entwicklungsphase sowie die Nutzungsdauer von Immobilien erstrecken sich über sehr lange Zeiträume, wodurch langfristige Entwicklungen an Relevanz gewinnen. Ohne die Berücksichtigung dieser langfristigen Trends, können Immobilien u.U. nicht vermietbar oder veräußerbar sein. Von daher beschäftigt sich diese Ausgabe der Global Markets Real Estate mit ausgewählten Megatrends, von denen wir meinen, dass diese die langfristigen Perspektiven der Immobilienmärkte nachhaltig beeinflussen werden. Dabei wurden die Trendcluster Demografische Entwicklung, Wertewandel und Technologischer Fortschritt gebildet, welche eine Analyse der jeweiligen Wirkungen auf die Immobilienmärkte vereinfachen.

Die demografische Entwicklung führt langfristig zu drastischen Veränderungen der Rahmenbedingungen für die Immobilienmärkte. Die Deutschen werden kurzgefasst weniger, älter und bunter, wobei sich diese Trends regional sehr differenziert zeigen. Bei den Büroimmobilienmärkten wird sich sehr deutlich der Rückgang beim Angebot an Arbeitskräften bemerkbar machen, was heute schon unter dem Stichwort Facharbeitskräftemangel diskutiert wird. Aufgrund der Flexibilität und Anpassungsfähigkeit der Arbeits- und auch Büromärkte wird hier an den Top-Standorten mit weiterem Wachstum der Bürofläche gerechnet, schwieriger wird sich die Entwicklung an peripheren Standorten gestalten. Der Einzelhandel wird sich bei der Konzeption der Läden an den Erfordernissen älterer Menschen ausrichten müssen. Die Wohnungsmärkte werden weniger stark betroffen sein, da hier die Anzahl der Haushalte als die bestimmende Größe der Nachfrage noch längerfristig mindestens konstant bleiben wird. Regional unterschiedliche Trends wie auch barrierefreie und damit altersgerechte Woh-

nungen werden aber für diese Märkte die Herausforderungen der Zukunft sein.

Der Wertewandel ist ein dynamischer, komplexer Prozess, der für die Immobilienwirtschaft und -märkte stetig sich verändernde Rahmenbedingungen mit sich bringt. Gerade bei der Entwicklung der Zahl der Haushalte spielt der Megatrend Individualisierung eine wichtige Rolle. Hieraus folgen auch Veränderungen für die (Büro-)Arbeitswelt, die in Verbindung mit dem Trend zu Nachhaltigkeit zu neuen Anforderungen für die Immobilienmärkte und -objekte führen.

Der technologische Fortschritt schafft neue Möglichkeiten, aber auch Herausforderungen für die Immobilienwirtschaft. Von den Technikern werden viele Möglichkeiten geschaffen, die aber nicht alle umgesetzt werden können, weil sie zum einen von den Nachfragern nicht gewollt sind und zum anderen oft niemand bereit ist, dafür zusätzlich zu bezahlen. Gerade in der Wohnungswirtschaft bestehen durch die Digitalisierung hohe Potenziale, die aber nur begrenzt realisiert werden. Dieser Prozess ist in der Arbeitswelt bereits viel weiter fortgeschritten, aber nicht abgeschlossen. Das Büro der Zukunft wird ein anderes Gesicht haben als die heute noch immer weit verbreiteten klassischen Büroformen. Auch der Markt für Einzelhandelsimmobilien wird durch die immer weitere Durchdringung der Gesellschaft durch moderne Informations- und Kommunikationstechnologien beeinflusst werden.

Die Megatrends führen zu vielfältigen Einflüssen auf die Immobilienwirtschaft und -märkte. Diese sind von den Marktteilnehmern zu antizipieren, damit sie nachhaltig erfolgreich agieren können.

1. Megatrends

Eine Immobilie stellt, unabhängig von der Nutzungsart, ein langlebiges Wirtschaftsgut dar, welches für den Bau, die Nutzung und den Abriss einen hohen Ressourcenbedarf aufweist. Maßgebend für den wirtschaftlichen Erfolg eines Objektes ist dessen Nutzungsmöglichkeit über den gesamten Lebenszyklus, wobei sich die Anforderungen für die Nutzungsmöglichkeiten stetig verändern. Für diese Veränderungen sind kurzfristige Modeerscheinungen kaum relevant, vielmehr hängen sie von langfristigen gesellschaftlichen Entwicklungen ab.

Diese langfristigen Entwicklungen oder Entwicklungsmuster werden in der Trendforschung auch als Megatrends bezeichnet. Ein Trend beschreibt dabei allgemein zunächst die langfristige Richtung einer Entwicklung, auf deren Basis dann eine Prognose erstellt werden kann. Kurzfristige Abweichungen von diesem Pfad beeinflussen die grundsätzliche Richtung dabei nicht.

Der Begriff Megatrend wurde Anfang der 1980er-Jahre von John Naisbitt geprägt. Er beschrieb Megatrends als langfristige soziale, ökonomische, politische und technologische Veränderungen, welche die Entwicklung einer Gesellschaft zwischen sieben und zehn Jahren (oder länger) prägen. In der heutigen Trendforschung wird zumeist davon

ausgegangen, dass ein Megatrend 30 Jahre oder länger anhält. Er ist dabei nicht auf einzelne Lebensbereiche einer Gesellschaft beschränkt, sondern wirkt sich in unterschiedlicher Stärke auf verschiedenste Felder aus. Auch in regionaler Hinsicht lässt sich ein Megatrend kaum abgrenzen, da er oft globale Auswirkungen hat. Die einzelnen Regionen oder auch Kulturen werden allerdings nicht alle zur gleichen Zeit in ähnlicher Weise beeinflusst, so dass Megatrends globale Verteilungsmuster aufweisen.

Das Frankfurter Zukunftsinstitut unterscheidet in seiner „Megatrend map“ insgesamt elf Trends, die wiederum verschiedene Dimensionen aufweisen. Bedingt durch diese Mehrdimensionalität und die zusätzlich existierenden Interdependenzen zwischen einzelnen Bestandteilen und den Megatrends selbst ist es kaum möglich, einen einzelnen Megatrend isoliert hinsichtlich seiner Wirkungen zu untersuchen. Für die vorliegende Studie wurden daher drei übergeordnete Trendcluster gebildet, deren Auswirkungen auf die Immobilienmärkte in Deutschland analysiert werden sollen (vgl. Schaubild 1). Dies sind die demografische Entwicklung, der Wertewandel der Gesellschaft und schließlich der technologische Fortschritt.

Die demografische Entwicklung einer Gesellschaft ist eine der wichtigsten Bestimmungsgrößen für deren langfristige Entwicklung. Hier sind sowohl zahlenmäßige

Megatrends des 21. Jahrhunderts

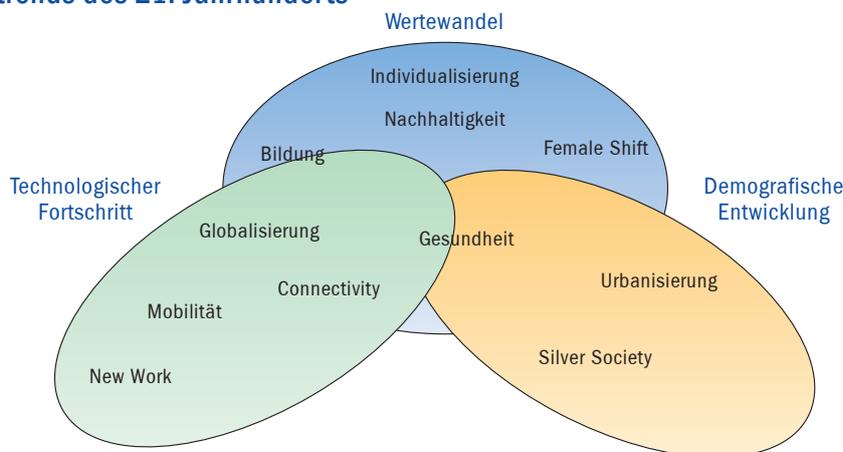


Schaubild 1
Quelle: eigene Darstellung, in Anlehnung an Zukunftsinstitut GmbH

Veränderungen relevant als auch Strukturverschiebungen in Richtung auf eine Silver Society. Das wiederum löst Entwicklungen wie die Renaissance der Städte im Zuge der Urbanisierung aus und wird ebenfalls beeinflusst durch den Megatrend Gesundheit.

Letzteres ist gleichzeitig Ausdruck für den Wertewandel der deutschen Gesellschaft, gewinnt doch dieses Thema zunehmend an Bedeutung. Zudem wird der Wertewandel durch ein immer höheres Bildungsniveau der Bevölkerung beeinflusst; Bildung selbst wird zu einem immer wichtigeren Kapital für eine Gesellschaft. Da Frauen mehr und mehr in der Arbeitswelt integriert sind, erhält diese durch diesen „Female Shift“ neue Impulse. Schließlich ist der Megatrend Individualisierung eine wesentliche Einflussgröße für das Zusammenleben. Traditionelle soziale Bindungen oder Gefüge werden mehr und mehr aufgebrochen und durch flexible soziale Kontakte ersetzt. Die Nachhaltigkeit beinhaltet die Umsetzung von Nachhaltigkeit und Effizienz in allen Lebensbereichen. Sie geht damit weit über den klassischen Naturschutz hinaus und umfasst auch Aspekte wie die sozio-ökologische Bewertung von Produkten oder Dienstleistungen.

Das Trendcluster „Technologischer Fortschritt“ beinhaltet die Aspekte Globalisierung und Mobilität, die beide wiederum auch starke Wechselwirkungen mit dem Wertewandel aufweisen. Neue Informations-Kommunikationstechnologien (IuK-Technologien) verändern auch die Erreichbarkeit in der privaten wie in der beruflichen Sphäre, welche hierdurch zunehmend ineinander übergehen. Dieses wiederum ist gleichzeitig eines der Merkmale von New Work, d. h. dem Übergang von der Industrie- zur Wissensgesellschaft.

Die Bildung dieser drei Cluster soll es im weiteren Verlauf der Studie ermöglichen, die Auswirkungen von Megatrends auf die Immobilienmärkte in Deutschland darzustellen.

Im Folgenden soll zunächst jeweils die Entwicklung selbst kurz dargestellt und anschließend die zu erwartenden Wirkungen auf die drei Immobilienmarktsegmente Wohn-, Büro- und Einzelhandelsimmobilien untersucht werden.

2. Megatrendcluster I: Demografische Entwicklung

2.1 Charakteristika der demografischen Entwicklung in Deutschland

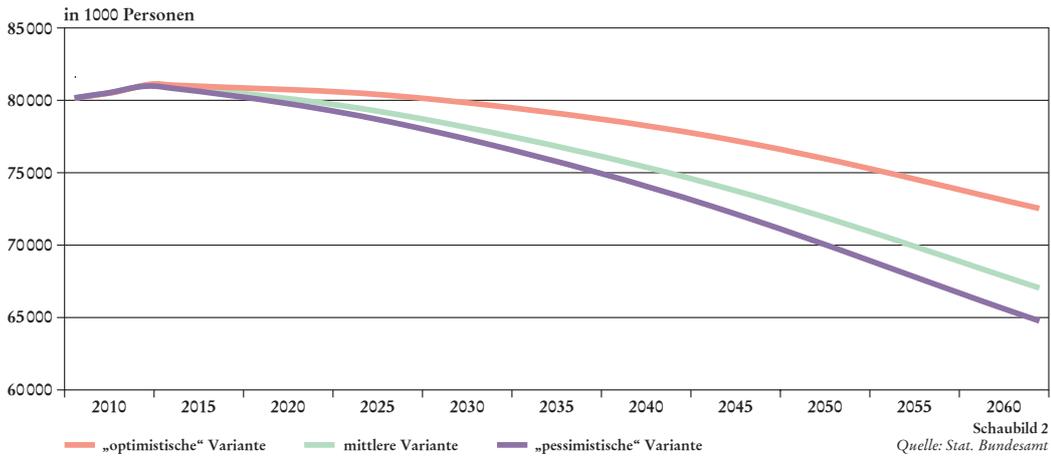
Die zu erwartende demografische Entwicklung für Deutschland wurde vom Statistischen Bundesamt im Rahmen der 12. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung bis zum Jahr 2060 untersucht. Sie zeigt grundsätzlich einen zu erwartenden Bevölkerungsrückgang, unabhängig vom Prognoseszenario (vgl. Schaubild 2). Die pessimistische Variante stimmt mit der Annahme „mittleren Bevölkerung, untere Grenze“ des Statistischen Bundesamtes überein. Dieses unterstellt einen Wanderungssaldo von 100 000 Personen/Jahr und einen moderaten Anstieg der Lebenserwartung. Die optimistische Annahme geht von einer Nettozuwanderung von 200 000 Personen/Jahr ab 2020 und einem starken Anstieg der Lebenserwartung aus. Die mittlere Variante nimmt einen starken Anstieg der Lebenserwartung an, bei pessimistischer Prognose hinsichtlich des Wanderungssaldos. Allen dargestellten Varianten gemein ist die Annahme einer Geburtenhäufigkeit von 1,4 Kindern je Frau, da dieser Wert sich seit Jahren relativ stabil zeigt.

Aufgrund der Entwicklung der vergangenen Jahre, welche auf Basis der Mikrozensusdaten seit 2011 einen wanderungsbedingten tatsächlichen Zuwachs der Bevölkerungszahl in Deutschland zeigt, erscheint die optimistische Variante als die wahrscheinlichere. Betrag der Wanderungssaldo 2011 noch 280 000 Personen, stieg dieser 2012 auf 370 000 und 2013 auf mehr als 400 000 Personen. Damit konnten die positiven Wanderungssalden das Geburtendefizit mehr als ausgleichen. In der langen Frist wird dies aber nicht ausreichen, um zu einer Trendumkehr der Entwicklung zu gelangen.

Die zahlenmäßige Entwicklung hat in Verbindung mit der steigenden Lebenserwartung und der konstanten Geburtenhäufigkeit auch deutliche Wirkungen auf die Altersstruktur der Bevölkerung (vgl. Schaubild 3).

Bevölkerungsentwicklung in Deutschland 2010–2060

12. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung



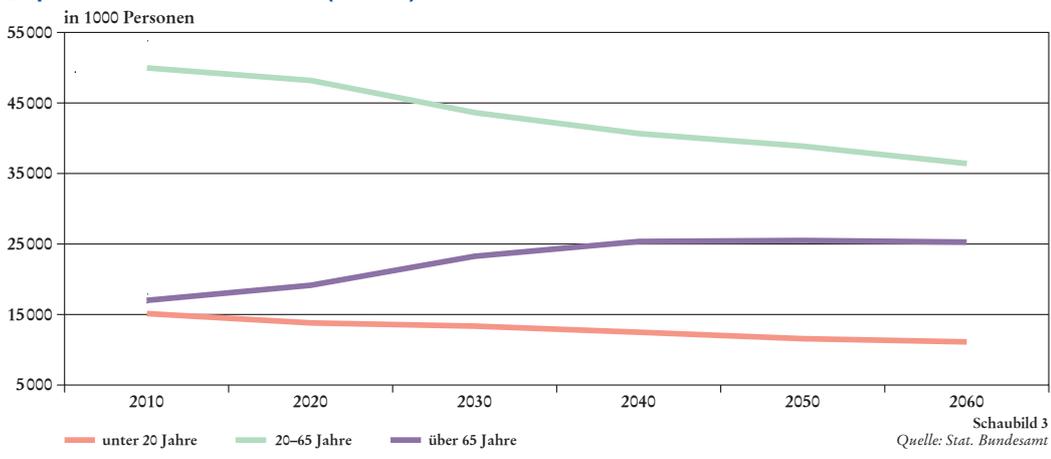
Einzig die Zahl der über 65-jährigen Personen wird noch bis 2050 um immerhin gut 50 v.H. zunehmen, was insbesondere durch die Alterung der geburtenstarken Jahrgänge bedingt ist. Die Zahl der unter 65-jährigen Personen wird in der Dekade 2050 bis 2060 um gut 5 v.H. zurückgehen, so dass die Altersstruktur sich trotz des optimistischen Szenarios weiter in Richtung auf einen immer höheren Anteil älterer Menschen in Deutschland verändern wird. Dies ist die typische Entwicklung für eine Silver Society, wobei die ältere Generation aufgrund der verbesserten Gesundheitsversorgung aktiver im Leben steht als die vorangegangenen

Generationen. Dies spiegelt sich auch in den Biographien der Menschen wider, in welchen beispielsweise die Familienplanung und -gründung erst später erfolgt.

Durch den bereits beobachteten Wanderungsüberschuss erhöht sich die kulturelle Vielfalt der in Deutschland lebenden Menschen. Bedingt durch die Migration kommen Personen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen nach Deutschland.

Innerhalb Deutschlands werden die Wirkungen der demografischen Entwicklung allerdings sehr differenziert zu beobachten

Zahl der Personen in unterschiedlichen Altersgruppen „optimistische“ Variante (2-W2)



sein. Eine wachsende Bevölkerungszahl ist in den westlichen Bundesländern und im Zuge der Reurbanisierung insbesondere in Städten mit mehr als 500 000 Einwohnern zu erwarten, da hier die für die Versorgung gerade einer älteren Bevölkerung notwendigen Einrichtungen vorhanden und gut erreichbar sind. Die in den Umlandgemeinden lebende Bevölkerungsgruppe der 55 bis 70-jährigen wird bis 2025 zahlenmäßig zunehmen. Diese Gruppe sind potenzielle Stadtrückkehrer, die im Alter die gut ausgebaute städtische Infrastruktur gerade der Oberzentren nutzen wollen. Diese demografischen Effekte wirken sich unterschiedlich auf die einzelnen Immobilienmarktsegmente aus.

2.2 Wohnimmobilien

Der Megatrend der demografischen Entwicklung hat wesentliche Auswirkungen auf die langfristige Veränderung der Nachfrage nach Wohnimmobilien, wohingegen das Angebot kaum betroffen sein wird. Die Nachfrage wird allerdings primär von der Entwicklung der Zahl der Haushalte bestimmt, welche wiederum stark durch den Wertewandel der Gesellschaft geprägt ist. Erst in der sehr langen Frist wirkt sich die Demografie auf die Zahl der Haushalte negativ aus. Bis 2030 kann es regional differenziert nach Prognosen des Bundesinstituts für Bau-, Stadt-, und Raumforschung (BBSR) auch zu gegenläufigen Entwicklungen kommen (vgl. Abschnitt 3.2).

Die schrumpfende Bevölkerungszahl führt letztlich aber zu einer geringeren Zahl an Haushalten, wodurch langfristig die Nachfrage nach Wohnimmobilien reduziert wird. Die Veränderung der Altersstruktur der Bevölkerung hat daneben zusätzliche Effekte auf die Nachfrage nach Wohnungen und Wohnfläche. Als Remanenzeffekt wird die Beobachtung beschrieben, dass im Alter die genutzte Wohnfläche auf vergleichsweise hohem Niveau verbleibt, nachdem sie über die Lebensspanne kontinuierlich zugenommen hat. Die Flächennachfrage bleibt damit auf vergleichsweise hohem Niveau, insbesondere getragen durch die ins Rentenalter kommenden geburtenstarken Jahrgänge.

Des Weiteren ist der Kohorteneffekt zu berücksichtigen. Jede nachfolgende Generation fragt tendenziell aufgrund des gestiegenen Wohlstandes größere Wohnungen nach als die vorangegangene. Damit stützt auch der Kohorteneffekt die Nachfrage nach Wohnflächen. Remanenz- und Kohorteneffekt werden durch die Entwicklung der durchschnittlichen Wohnfläche pro Kopf belegt, welche zwischen 2000 und 2010 um 8,4 v. H. zugenommen hat. Daneben stieg im gleichen Zeitraum die durchschnittliche Wohnungsgröße um 2,5 v. H.

Die regionale Differenziertheit der Bevölkerungsentwicklung wirkt sich direkt auf die Nachfrage nach Wohnungen aus. Die ostdeutschen Bundesländer werden von den zu erwartenden Rückgängen stärker betroffen sein als die westdeutschen Länder. Aus dem Megatrend der Urbanisierung folgt eine Zunahme der Nachfrage nach Wohnungen in Agglomerationsräumen, insbesondere in großen Städten mit mehr als 100 000 Einwohnern. In diesen sind alle Versorgungseinrichtungen und eine gut ausgebaute Verkehrsinfrastruktur vorhanden. Da hier die Zahl der Wohnungen aber nicht ohne weiteres erhöht werden kann, ist mit einem anhaltenden Nachfrageüberhang und damit tendenziell steigenden Preisen und Mieten zu rechnen. Diese Entwicklung zeigt sich bereits heute in den stark vom Zuzug profitierenden Städten. Kleinere Städte und der ländliche Raum werden im Allgemeinen demgegenüber an Attraktivität für die alternde Bevölkerung verlieren, was zu einem deutlich erhöhten Leerstandsrisiko führt.

Aus dieser Gesamtkonstellation lässt sich aber nicht der einfache Rückschluss ziehen, der Neubau altengerechter Wohnungen sei ein Wachstumsmarkt mit enormem Potenzial. Zum einen gilt dies wenn überhaupt nur in den Zuzugsregionen und zum anderen ist wegen der dort nur begrenzt verfügbaren Flächen und dem bereits vorhandenen Wohnungsbestand nicht mit einer Neubauwelle zu rechnen. Es ist eher davon auszugehen, dass dort, wo dies baulich möglich ist, im Zuge von Sanierungsmaßnahmen Wohnungen verstärkt altengerecht bzw. barrierefrei umgestaltet werden. Zudem altern die Menschen in ihren Wohnungen, so dass die ent-

sprechenden Umbauten häufig auch selbst vorgenommen werden können.

2.3 Büroimmobilien

Das Büro ist ein Raum, in welchem vorwiegend kommunikationsintensive Verwaltungs-, Koordinations- und Planungsaufgaben ausgeübt werden. Damit wird zumeist immateriell mit Daten und Informationen umgegangen, die einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg der Organisation leisten. Zur Ausstattung eines Büros gehören die klassischen Arbeitsmittel Schreibtisch, Schränke und Informations- sowie Kommunikationstechnik.

Die Nachfrage nach Büroflächen ergibt sich langfristig aus der Zahl der Bürobeschäftigten und dem Flächenbedarf je Büroarbeitsplatz. Die demografische Entwicklung wirkt hierauf über die Zahl der Personen im erwerbsfähigen Alter und damit auf das Arbeitsangebot ein. Um die demografischen Effekte zu isolieren, wird zu Analyse Zwecken davon ausgegangen, dass weitere Einflussgrößen, wie die Erwerbsquote oder die Bürobeschäftigtenquote, sich im Zeitablauf nicht verändern.

Ausgehend von dem in Schaubild 2 dargestellten optimistischen Szenario wird die Zahl der erwerbsfähigen Personen im Alter zwischen 20 und 65 Jahren in der Dekade 2010 bis 2020 um rd. 3,5 v.H. abnehmen. In den folgenden zehn Jahren wird sich der Rückgang deutlich auf knapp 10 v.H. erhöhen, da die geburtenstarken Jahrgänge das Rentenalter erreichen werden. Aufgrund der niedrigen Geburtenrate wird das Erwerbspersonenpotenzial von 2030 bis zum Ende des Prognosezeitraumes 2060 noch einmal um gut 16 v.H. abnehmen. Dieser Rückgang bedeutet unter sonst gleichen Bedingungen eine Abnahme der Zahl der Bürobeschäftigten und damit auch einen Rückgang der Nachfrage nach Bürofläche.

Diese Rückgänge werden sich aber nicht gleichmäßig in Deutschland verteilen, da auch hier die Binnenmigration und die Attraktivität der verschiedenen Bürostandorte zu berücksichtigen ist. Hierzu wird vom Statistischen Bundesamt eine eigene Prognose der Entwicklung der Erwerbspersonenzahl auf Länderebene erstellt. Unter Erwerbspersonen werden dabei die Erwerbstätigen und die arbeitssuchend gemeldeten Personen gefasst. Auch hier werden die ostdeutschen Bundesländer den größten Rückgang zu verzeichnen haben (vgl. Schaubild 4). Mit einer

Veränderung der Zahl der Erwerbspersonen 2005–2030

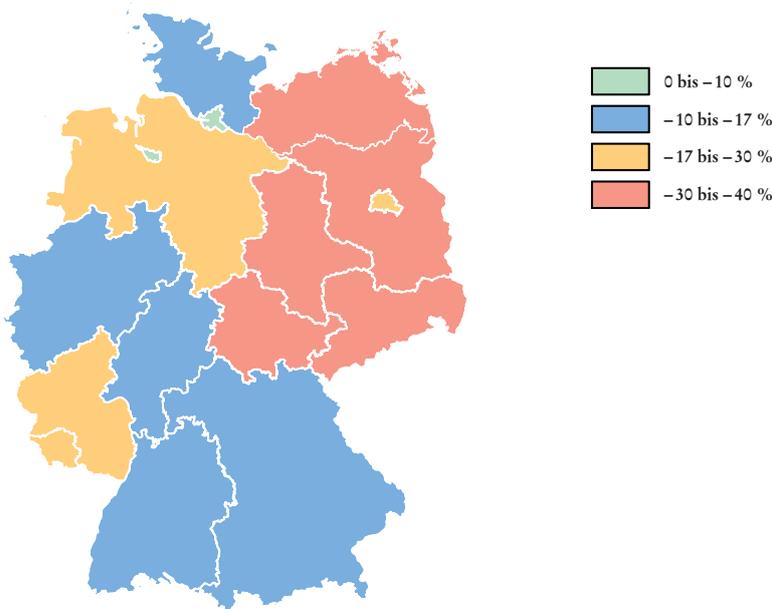


Schaubild 4
Quelle: Stat. Bundesamt

Abnahme von mehr als einem Drittel der Erwerbspersonen wird Sachsen-Anhalt am deutlichsten betroffen sein. Allein Hamburg wird im Zeitraum 2005 bis 2020 einen leichten Zuwachs von 1 v.H. aufweisen, danach setzt auch ein Rückgang ein. Für Deutschland wird der Rückgang in diesem Zeitraum knapp 18 v. H. betragen.

Für sich genommen wird die demografische Entwicklung damit regional differenziert das Angebot an Bürobeschäftigten reduzieren. Allerdings sind auch gegenläufige Effekte wie die Verlängerung der Lebensarbeitszeit oder Erhöhung des Flächenbedarfs je Bürobeschäftigten zu berücksichtigen, so dass der dämpfende Effekt der demografischen Entwicklung relativiert wird. Für die Nachfrage nach Büroimmobilien ist schließlich die Nachfrage der Unternehmen nach Bürobeschäftigten und dem Flächenbedarf je Büroarbeitsplatz entscheidend, welche eher von anderen Einflussgrößen bestimmt wird (z.B. die gesamtwirtschaftliche Entwicklung, der Strukturwandel oder der technologische Fortschritt). Insgesamt hat die demografische Entwicklung damit auf den Markt für Büroimmobilien einen eher indirekten und vergleichsweise geringen Einfluss.

2.4 Einzelhandelsimmobilien

Einzelhandelsimmobilien stellen Verkaufsflächen für den direkten Kauf/Verkauf von Waren bereit. Unmittelbare Träger der Nachfrage nach Einzelhandelsimmobilien sind die Unternehmen der Branche. Ihre Entscheidung wird von den wirtschaftlichen Erfolgsaussichten einer Immobilie an ihrem jeweiligen Standort bestimmt. Hierfür stellt eine günstige Entwicklung der Nachfrage hinsichtlich der Art und Menge der gewünschten Güter am gewählten Standort eine notwendige Bedingung dar.

Diese wiederum wird nachhaltig von der demografischen Entwicklung bestimmt. Auch hier ist die zu erwartende sinkende Bevölkerungszahl unter sonst gleichen Bedingungen ein belastender Faktor. Allerdings wiederum nicht deutschlandweit, da sich in den Städten mit Bevölkerungswachstum die einzelhandelsrelevante Kaufkraft

konzentriert, der ländliche Raum wird demgegenüber deutlich an Kaufkraft verlieren. Die wachsenden Stadtregionen werden für den Einzelhandel an Attraktivität gewinnen. Da in den Kernstädten allerdings nur ein begrenztes Flächenangebot vorhanden ist, wird die Konkurrenz der Unternehmen um diese guten Lagen intensiver werden.

Auch die Veränderung der Altersstruktur der deutschen Bevölkerung wird den Einzelhandel beeinflussen. Ebenfalls ein belastender Faktor ist das niedrigere Einkommensniveau der Rentnergeneration. Nach einer Studie von GfK GeoMarketing liegt das Einkommen der über 65-jährigen um ca. 15 v.H. unter dem der Personen im erwerbsfähigen Alter, da Renten- niedriger als Erwerbseinkommen ausfallen. Dieser Effekt wird durch das steigende Konsumniveau nachfolgender Generationen relativiert, was im wachenden Wohlstand einer Gesellschaft begründet liegt. Insgesamt erwarten wir bis 2020 einen Anstieg der Umsätze im Einzelhandel von ca. 10 v.H., wobei allerdings der Anteil der Einzelhandelsumsätze an den privaten Konsumausgaben kontinuierlich sinken wird. Folglich wird sich der Wettbewerb der Handelsunternehmen um diesen nur gering steigenden Umsatz intensivieren.

Aufgrund der speziellen Bedürfnisse älterer Kunden und deren wachsender Bedeutung ändern sich auch die Anforderungen für Einzelhandelsimmobilien selbst. Rutschfeste Böden, Aufzüge sowie eine übersichtliche Streckenführung mit breiteren Gängen minimieren die Gefahrenquellen für ältere Menschen und erleichtern diesen die Orientierung. Ruhezonen tragen daneben zum Wohlbefinden bei. Diese Aspekte werden besonders bei der Umgestaltung von Verkaufsflächen zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Der migrationsbedingte wachsende Anteil von Personen mit anderen kulturellen Hintergründen hat bereits Einfluss auf die Zusammenstellung der Einzelhandelsortimente. Dieser Einfluss wird weiter wachsen, da der Einzelhandel sich auf diese Zielgruppe entsprechend einstellt. Auf die Märkte für Einzelhandelsimmobilien wird dies allerdings nur geringe Wirkungen haben.

3. Megatrendcluster II: Wertewandel der Gesellschaft

In engem Zusammenhang mit der demografischen Entwicklung steht der Wertewandel der deutschen Gesellschaft, dessen Auswirkungen auf die Immobilienmärkte Gegenstand des folgenden Abschnitts sein werden. Zunächst aber gilt es zu klären, was unter diesem Wertewandel zu verstehen ist, insbesondere da es sich im Gegensatz zur demografischen Entwicklung nicht um ein statistisch bzw. quantitativ erfassbares Phänomen handelt.

3.1 Gesellschaftlicher Wertewandel als Megatrend

Unter gesellschaftlichem Wertewandel wird in der Soziologie grundsätzlich eine deutliche Veränderung von sozio-kulturellen Werten und Wertsystemen wie auch von individuellen Wertvorstellungen verstanden. Da diese Werte eine wesentliche Grundlage des Zusammenlebens in einer Gesellschaft bilden, bedeutet deren Veränderung auch einen tiefgreifenden Wandel des ökonomischen, politischen und kulturellen Selbstverständnisses einer Gesellschaft. Von nicht unwesentlicher Bedeutung für den Wertewandel als Megatrend des 21. Jahrhunderts ist die Beobachtung, dass dieser sich zwar keinesfalls ohne Konflikte, aber grundsätzlich friedlich vollzieht.

Wesentliches Element des Trendclusters Gesellschaftlicher Wertewandel ist der Megatrend der Individualisierung. Dieser beschreibt eine Veränderung der Verbindung zwischen Individuum und Gesellschaft. Menschen sehen sich immer weniger als Teil einer Gesellschaft, sondern nehmen sich zunehmend als Individuen wahr, die sich ihrer Besonderheit bewusst sind und diese auch im Sinne einer Selbstverwirklichung ausleben. Grundlage hierfür ist die Möglichkeit, freie individuelle Entscheidungen zu treffen, welches eine moderne demokratische Gesellschaft erfordert und ermöglicht. Traditionelle Lebensformen, wie bspw. die Fami-

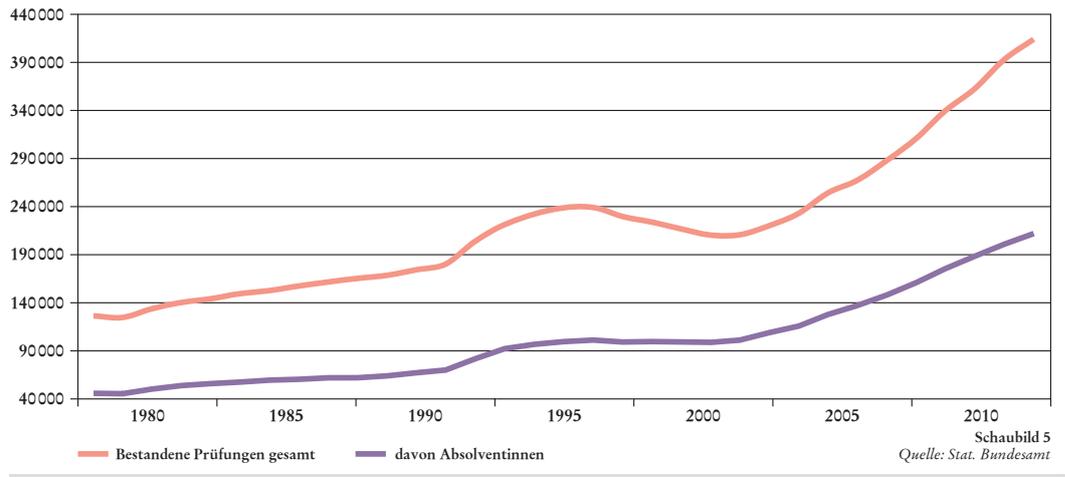
lie, verlieren hierdurch an Bedeutung und werden durch im Lebensverlauf wechselnde soziale Bindungen ersetzt. Diese Form der sozialen Mobilität führt zu kleineren und über die Zeit flexiblen Lebensgemeinschaften. Betrug der Anteil der Fünf- und mehr-Personen-Haushalte im Jahr 1900 noch 44 v.H. wird dieser Wert bis 2030 auf gerade einmal rd. 2,5 v.H. zurückgehen. Demgegenüber wird der Anteil der Ein-Personen-Haushalte im gleichen Zeitraum von 7 v.H. auf 43 v.H. deutlich anwachsen. Werden die Zwei-Personen-Haushalte hinzugerechnet, wird der Anteil dieser Haushaltsgrößen 2030 bei gut 80 v.H. liegen und damit die dominierende Form des Zusammenlebens sein.

Die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts wird auch als Wissensgesellschaft charakterisiert. Derzeit wird davon ausgegangen, dass sich das Wissen der Menschheit ca. alle fünf Jahre verdoppelt. Damit kommt der Bildung als Vermittlung von Wissen und als Voraussetzung für den Erwerb von neuem Wissen große Bedeutung zu. Gesellschaften, welche über dieses Humankapital verfügen, werden im globalen Wettbewerb erfolgreich sein, da sie in der Lage sind, technologischen Fortschritt zu generieren. Ein quantitativer Indikator für das Bildungsniveau einer Gesellschaft ist die Zahl der Hochschulabschlüsse (vgl. Schaubild 5).

Seit 2001 zeigt sich ein kontinuierlicher, im langfristigen Vergleich überproportionaler Anstieg der Hochschulabschlüsse in Deutschland. In dieser Zeitspanne hat sich die Zahl der Hochschulqualifikationen nahezu verdoppelt. Diese enorme Verbreitung von Bildung beeinflusst die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung in hohem Maße.

Ein weiterer Megatrend im Cluster Gesellschaftlicher Wertewandel ist der sogenannte Female Shift. Dies meint nicht einfach nur die Emanzipation von Frauen in allen Lebensbereichen, sondern auch die Prägung dieser durch weibliche Eigenschaften wie z.B. eine höhere Kommunikationsfähigkeit. Dies wird möglich, da Frauen nicht mehr auf traditionelle Muster reduziert sind, sondern gleichberechtigt ihre Chancen wahrnehmen können. Dies zeigt auch der Anteil der

Hochschulabschlüsse in Deutschland 1980–2012



Frauen an den gesamten Hochschulabschlüssen (vgl. Schaubild 5). Lag dieser 1980 noch bei 34 v. H., stieg er bis 2012 auf gut 50 v. H. an. Die Zahl der Hochschulabsolventinnen hat sich in diesem Zeitraum nahezu vervierfacht.

Der Trend zur Nachhaltigkeit wird im Brundtland-Bericht definiert als die Gewährleistung, „dass die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt werden, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zur Befriedigung eigener Bedürfnisse zu beeinträchtigen“. Damit erstreckt sich die Nachhaltigkeit auf die Bereiche Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft (vgl. Schaubild 6).

Alle drei Dimensionen stehen gleichberechtigt nebeneinander und sind zudem eng miteinander verflochten. Hierdurch erreicht die Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert als eigenständiger Wert in einer Gesellschaft, welcher weit über das Thema Ökologie hinausgeht.

Im Cluster des Wertewandels existieren deutliche Teilmengen mit dem Cluster Technologischer Fortschritt, insbesondere bei den Megatrends Connectivity und Globalisierung (vgl. Kapitel 4.1). Diese haben jeweils eine starke technologische, aber eben auch eine soziologische Komponente, die sich gegenseitig bedingen.

Dimensionen der Nachhaltigkeit

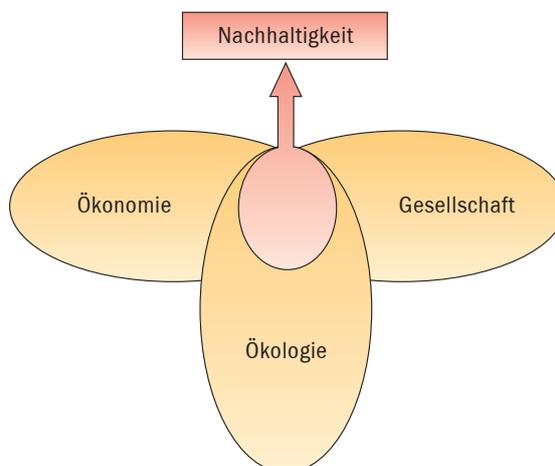


Schaubild 6
Quelle: Deutsche Hypo

3.2 Wohnimmobilien

Die maßgebliche Größe für die Nachfrage nach Wohnungen sind die Haushalte, welche als Lebensgemeinschaft eine Wohnung als lebensnotwendiges und nicht substituierbares Gut benötigen. Im Zuge der Individualisierung ist zu erwarten, dass die durchschnittliche Haushaltsgröße aufgrund der flexibleren Lebensplanung weiter abnehmen wird. Dies wird vom Statistischen Bundesamt bei der Prognose der Entwicklung der Haushaltszahlen im Szenario Trend unterstellt (vgl. Schaubild 7). Die durchschnittliche Haushaltsgröße wird demnach von 2,04 Personen im Jahr 2009 auf 1,88 Personen im Jahr 2030 zurückgehen. Dadurch wird, trotz der sinkenden Bevölkerungszahl, die Zahl der Haushalte insgesamt um gut 2 v.H. zunehmen. Darunter werden die Ein- und Zwei-Personen Haushalte mit zusammen knapp 12 v.H. den stärksten Zuwachs verzeichnen, wohingegen die Zahl der Mehrpersonenhaushalte um gut ein Viertel zurückgehen wird. Auch hier zeigt sich das aus der demografischen Entwicklung bekannte Bild, dass die westdeutschen Flächenländer mit 4,5 v.H. und die Stadtstaaten mit 4,7 v.H. die höchsten Zuwachsraten aufweisen. Die ostdeutschen Bundesländer werden demgegenüber 10,1 v.H. ihrer Haushalte verlieren.

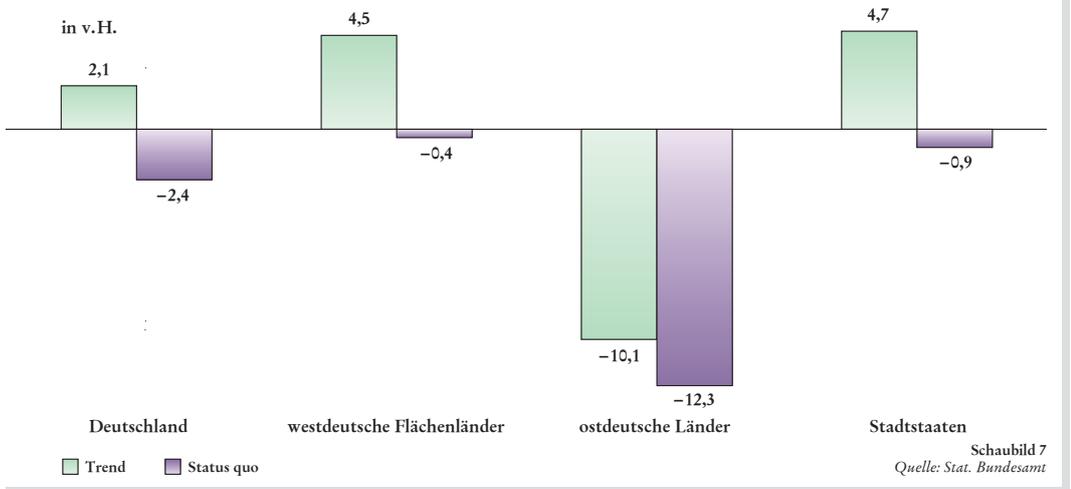
Dies bestätigt auch ein Blick auf die vom BBSR erwartete Veränderung der Zahl der

Haushalte auf Kreisebene (vgl. Schaubild 8). Bis 2025 wird die Zahl der Haushalte in 234 von 440 Kreisen zunehmen. Dabei werden abgesehen von den Regionen Berlin, Dresden, Jena und der Küstenregion mittleres Mecklenburg alle ostdeutschen Kreise von einer sinkenden Zahl an Haushalten betroffen sein. Dies gilt auch für einige Regionen Westdeutschlands wie etwa das Ruhrgebiet oder den Hochsauerlandkreis. Hier finden sich aber gemessen an der Haushaltszahl auch dynamisch wachsende urbane Regionen wie Köln und Düsseldorf oder München.

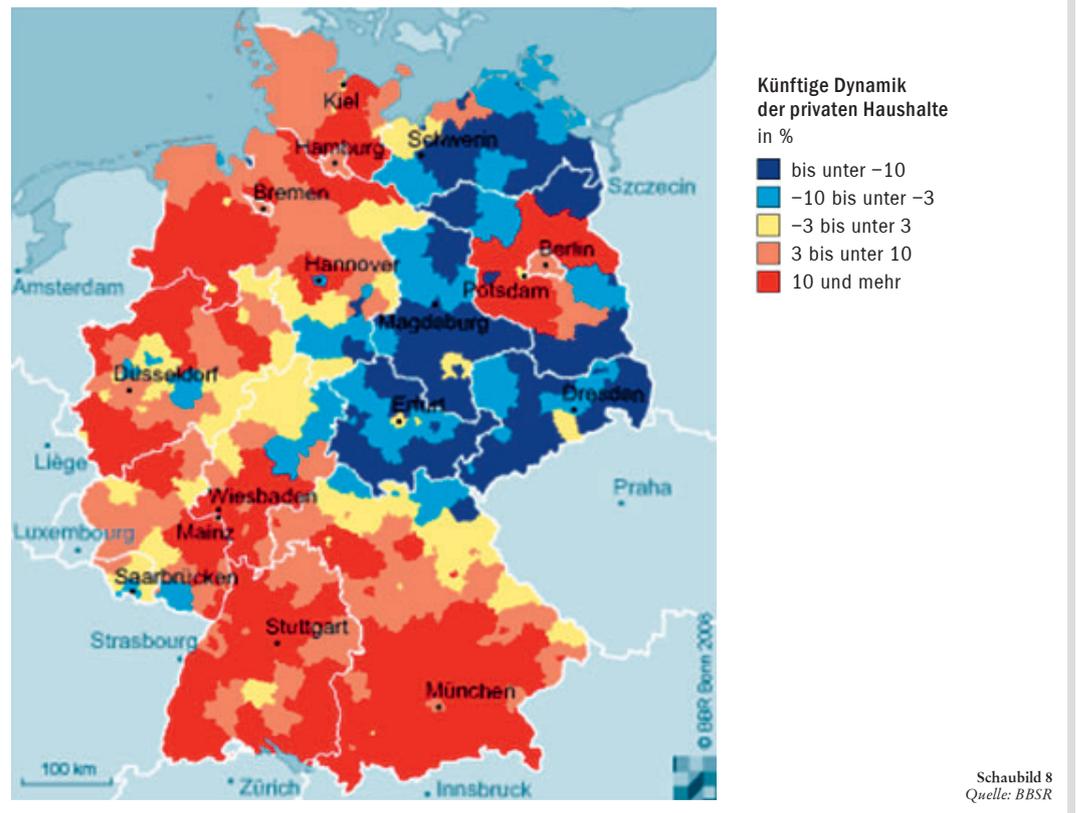
Der Megatrend Individualisierung wird damit die für sich genommen negativen Effekte der demografischen Entwicklung zumindest mittelfristig überkompensieren können, so dass die Nachfrage nach Wohnungen zunächst noch zunehmen wird. Dies wird in den Stadtregionen überproportional der Fall sein, wohingegen in den ländlichen Regionen die Leerstände z.T. deutlich zunehmen werden. Dort, wo sich die Haushalte konzentrieren, werden vermehrt kleinere Wohneinheiten nachgefragt werden, so dass deren Preise und Mieten, wie in der Vergangenheit bereits geschehen, tendenziell anziehen werden.

Eine weitere Begleiterscheinung des Wertewandels, in Verbindung mit dem Megatrend der Mobilität, ist in der höheren Fluktuation der Mieter zu sehen. Über die Lebensspan-

Die Veränderung der Zahl der Haushalte in Deutschland 2009–2030



Veränderung der Zahl der Haushalte 2005–2025



ne passen sich die Menschen flexibel neuen Lebens- und Arbeitssituationen an und wechseln auch häufiger den Wohnort oder die Wohnung. Im Falle von Wohneigentum bedeutet dies eine höhere Transaktionshäufigkeit, da auch hier eine Immobilie nicht mehr für „das Leben“, sondern eher für den jeweiligen Lebensabschnitt erworben wird. In Verbindung mit den aufgrund der besseren Bildung steigenden Einkommen kann regional daher mit einem z.T. deutlichen Anstieg der Nachfrage nach Wohnungen gerechnet werden. Ebenso deutlich wird die Nachfrage in Fortzugsregionen einbrechen und entsprechend zu Wohnungsleerständen führen.

Generell werden die Nutzer von Wohnimmobilien auch in Zukunft vermehrt darauf achten, ob ihre Wohnung bzw. Wohnimmobilie auch den Kriterien der Nachhaltigkeit entspricht. Hier wird Nachhaltigkeitszertifikaten eine zunehmende Bedeutung zukommen. Beim Neubau von Wohnimmobilien ist der der gesamte Lebenszyklus bei

der Planung zu berücksichtigen, nicht nur die eigentliche Nutzungsphase. Auch Bau und der spätere Abriss bzw. die Entsorgung müssen bei der Kalkulation des Primärenergiebedarfs einer Immobilie beachtet werden. Einer Sanierung bestehender Immobilien wird unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit eine wachsende Bedeutung zukommen, wobei alle Dimensionen der Nachhaltigkeit relevant sind. Vor einer energetischen Sanierung ist aus ökologischer Sicht allerdings zunächst zu prüfen, ob die Einsparungen an Primärenergie während der verbleibenden Nutzungsdauer den Einsatz für die Sanierung rechtfertigen. Daneben spielen sich ändernde gesellschaftliche Anforderungen an Wohnimmobilien, z. B. in Bezug auf den Zuschnitt oder die Standards der Wohneinheiten, eine wichtige Rolle bei nachhaltigen Sanierungen. Auf Seiten der Nutzer ist durch den Megatrend Nachhaltigkeit eine höhere Zahlungsbereitschaft für entsprechend ausgewiesene Wohnungen zu erwarten, so dass dies auch zu einem Wettbewerbsargument wird.

3.3 Büroimmobilien

Der Megatrend Bildung und das damit einhergehende Wachstum des Produktionsfaktors Humankapital weisen auf einen wachsenden Anteil des tertiären Sektors an der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung hin. In diesem Dienstleistungssektor ist die Bürobeschäftigtenquote allerdings höher als in anderen Wirtschaftsbereichen, so dass auf dieser Grundlage die Nachfrage nach Büroflächen steigen wird.

Auch die höhere Erwerbstätigkeit der Frauen führt in Verbindung mit deren guter Ausbildung zu mehr Bürobeschäftigten in Deutschland. Das klassische Rollenverständnis ist in Verbindung mit der Individualisierung aufgelöst worden. In der Folge stieg die Frauenerwerbsquote von gut 60 v.H. im Jahr 2005 auf 68 v.H. im Jahr 2012 an. Hierdurch wird der Wirtschaft zusätzliches Wachstum ermöglicht und somit auch die Nachfrage nach Büroflächen erhöht.

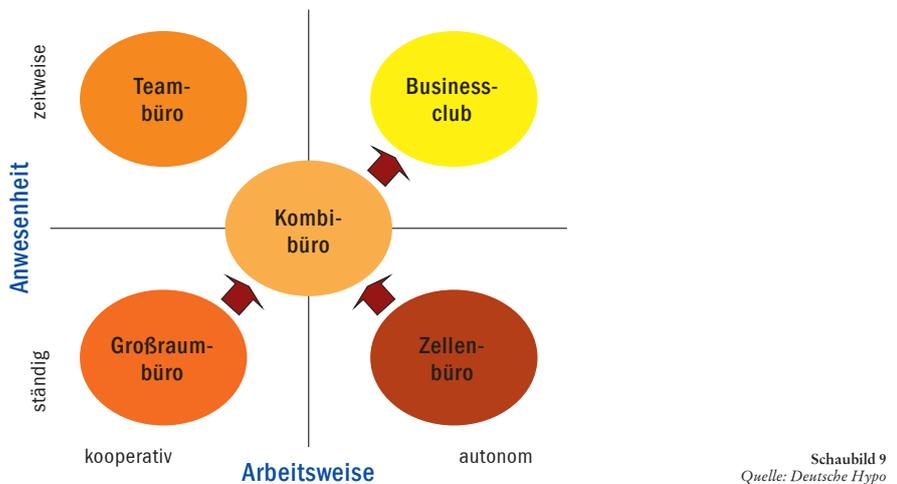
Die Individualisierung hat für die Arbeitswelt ebenfalls weitreichende Folgen. Die klassische Führungsstruktur von Unternehmen wird zusehends durch flachere Hierarchien im Sinne einer schlanken Unternehmensstruktur ersetzt und fixierte Aufgabenbereiche werden zunehmend durch flexible ergebnisorientierte Teams ersetzt. Durch Selbstverantwortung der Individuen und Gruppen geprägte Projektarbeit tritt in den Mittelpunkt der Arbeitsabläufe. Als Fol-

ge hiervon verschwimmen die Grenzen zwischen Arbeitswelt und Privatsphäre zusehends. Diese Art moderner Arbeitsprozesse erfordern hierfür geeignete Bürotypen. Das klassische Zellenbüro wird diesen Anforderungen nicht mehr gerecht und auch das Großraumbüro ist hierfür nicht die geeignete Konzeption (vgl. Schaubild 9).

Das alternative Bürokonzept Business Club stellt beispielsweise anstelle von persönlichen Arbeitsplätzen eine Vielfalt an Arbeitsorten mit je nach Tätigkeit unterschiedlichen Eigenschaften bereit. Der Business-Club umfasst dabei die Bereiche Business Center, Team Center und Lounge. Dies ermöglicht die Arbeit in hochdynamischen, funktionsübergreifenden Projektteams, wodurch flexible Center- und Teamstrukturen an die Stelle der funktionalen ablaforientierten Organisationsformen treten. Ein weiterer konzeptioneller Ansatz in dieser Richtung ist das fraktale Büro. In einer fraktalen Organisation gilt jedes einzelne Mitglied als ein Fraktal, d.h. eine sich selbst organisierende Einheit. Übertragen auf das Büro bedeutet dies einen Arbeitsraum, welcher je nach Bedarf an immer neue Anforderungen flexibel angepasst und neu gestaltet werden kann.

Eine den Kriterien der Nachhaltigkeit entsprechende Büroimmobilie ist mehr als nur ein Green Building, welches ökologische Aspekte an erster Stelle setzt. Hier liegt der Fokus auf einem effizienten Einsatz

Bürokonzepte



der Ressourcen während des Lebenszyklus. Darüber hinaus muss eine zukunftsfähige Büroimmobilie die Realisierung eines den Bedürfnissen der Mitarbeiter entsprechenden Bürokonzeptes ermöglichen und wird damit zu mehr als einem reinen Ort der Arbeit. Je mehr die Corporate Social Responsibility Eingang in Unternehmensleitbilder findet, desto wichtiger werden Nachhaltigkeitskriterien der genutzten Immobilien für deren wirtschaftlichen Erfolg.

3.4 Einzelhandelsimmobilien

Der gesellschaftliche Wertewandel beeinflusst auch den Markt für Einzelhandelsimmobilien, allerdings ist dieser Effekt nur indirekter Natur und damit entsprechend geringer ausgeprägt. Dies gilt in besonderem Maße für die Megatrends der Bildung und des Female Shift, welche eher Relevanz für die Sortimentszusammenstellung haben denn für die jeweils benötigten Einzelhandelsimmobilien.

Die Trends Individualisierung und Nachhaltigkeit haben demgegenüber einen stärkeren Einfluss. Dieser zeigt sich vor allem im Erfolgspotenzial verschiedener Handelsformate, welches eng davon abhängt, inwieweit die Formate den sich ändernden Wertevorstellungen und Präferenzen der Verbraucher entsprechen. Die früher durch

persönliche Beziehungen geprägte Kundenbindung war ein wesentliches Merkmal des traditionellen Fachgeschäftes mit einem über die Zeit stabilen Stammkundenklientel. Im Zeitalter der Individualisierung ist diese Form der Bindung nicht mehr so gegeben. Sie wird ersetzt durch Markentreue oder den Einkauf in filiarisierten Fachgeschäften, die eine einheitliche Marketingstrategie und ein entsprechendes Verkaufskonzept verfolgen. Das Wachstum des Online-Handels passt hier ebenfalls ins Bild, da dieser zu jeder Zeit an jedem Ort den Einkauf von Waren ermöglicht und damit die flexibelste Form des Einzelhandels darstellt. Eine weitere Entwicklungsstufe des Online-Handels ist dessen Automatisierung. Hier bestellt z.B. der vernetzte Kühlschrank selbstständig die benötigten Lebensmittel.

Für die Versorgung im Nahbereich werden kleinere City-Supermärkte an Bedeutung gewinnen, die idealerweise fußläufig für die Kundschaft zu erreichen sind. In hohem Maße profitieren Bio-Märkte vom Trend der Nachhaltigkeit, da diese ihr komplettes Sortiment hierauf ausrichten. Sie befinden sich als Handelsformat in der Wachstumsphase, so dass ihre Zahl auch noch weiter zunehmen wird.

Damit werden kleinflächigere Ladenlokale mit Nahversorgungsfunktion in den Agglomerationsräumen zahlen- und damit auch

Lebenszyklus ausgewählter Handelsformate des deutschen Einzelhandels



Schaubild 10
Quelle: KPMG, eigene Darstellung

flächenmäßig zunehmen. Der Online-Handel benötigt keine Verkaufsfläche im eigentlichen Sinn, so dass dessen Wachstum die Flächenexpansion bremst. Andererseits gewinnen Multi-Channel-Formate an Bedeutung, so dass insgesamt mit einem weiteren leichten Flächenwachstum im Einzelhandel zu rechnen ist. Dieses wird aber wiederum regional differenziert stattfinden.

4. Megatrendcluster III: Technologischer Fortschritt

Die technologische Entwicklung der vergangenen Jahrzehnte wurde insbesondere durch die IuK-Technologie bestimmt. Diese hat das Leben der Menschen grundlegend verändert und Einzug in nahezu alle Lebensbereiche gehalten. Dabei ist sie nicht nur selbst ein Megatrend, sondern sie hat auch andere Megatrends entweder überhaupt erst ermöglicht oder zumindest deutlich gefördert.

4.1 Der technologische Fortschritt

Der Megatrend Connectivity wird nachhaltig von der IuK-Technologie geprägt und beeinflusst sowohl die Privatsphäre als auch die Arbeitswelt. Connectivity bezieht sich auf die zunehmende Organisation der Gesellschaft in Netzwerken. Seit der Mitte des letzten Jahrzehnts befindet sich die Gesellschaft im Übergang vom Web 1.0 zum Web 2.0. Hier ist der Nutzer nicht mehr nur Konsument der zur Verfügung gestellten Informationen, sondern er gestaltet das Netz und dessen Inhalte durch Kommentare, Bewertungen, Blogs und eigene Inhalte aktiv mit. In Zukunft werden durch mobile Internettechnologie im Rahmen des Web 3.0 Informationen auch an jedem Ort in kürzester Zeit verfügbar sein. Damit erreicht die digitale Vernetzung ein neues Niveau, was Individuen vom jeweiligen Aufenthaltsort weiter unabhängig macht. Unterstützt und ermöglicht wird dies durch moderne Hard-

ware wie Tablets oder Smartphones, die die mobile Datenverarbeitung beherrschen. Ebenso wichtig sind moderne Informationsnetze, deren Kapazität ausreichen muss, die enorm steigenden Datenmengen verarbeiten zu können. In der Folge wächst die Welt zusammen, wodurch Märkte vielfältiger und das traditionelle territoriale Verständnis immer mehr aufgelöst werden.

Damit verbunden ist auch eine deutliche Zunahme der Mobilität in verschiedenen Dimensionen. Informationsbeschaffung ist nicht mehr an einen bestimmten Ort gebunden, ebensowenig wie das Leben nur an einem Ort verbracht wird. Vielmehr gehören regionale und auch soziale Mobilität zum Selbstverständnis der kommenden Generationen. Entfernungen, welche früher kaum überwindbar schienen, spielen in der modernen Welt dank einer gut ausgebauten Verkehrsinfrastruktur nur noch eine untergeordnete Rolle. Dort wo die physische Anwesenheit nicht möglich ist, ermöglichen Videokonferenzen o.ä. den Informationsaustausch zwischen Geschäftspartnern.

Der Megatrend Globalisierung beschreibt eine weltweit zunehmende Verflechtung verschiedenster Lebensbereiche. Dies umfasst Ökonomie, Kultur, Wissen und Technologie sowie die internationale Sicherheit. In diesem Zusammenhang verliert auch die alte Einteilung der Erde in erste, zweite und dritte Welt zunehmend an ökonomischer Bedeutung. Wertschöpfungsketten verteilen sich weltweit und erfordern komplexe Steuerungsmechanismen. Aus ökonomischer Perspektive wandeln sich nationale zu globalen Märkten, die nicht mehr von einzelnen Staaten gesteuert werden können, wodurch aber auch z.B. Abhängigkeiten zunehmen. Der Klimawandel stellt ebenfalls ein globales Problem dar, welches von einzelnen Staaten isoliert nicht gelöst werden kann. Kulturelle Einflüsse breiten sich mit rasanter Geschwindigkeit aus, so dass nationale Grenzen zunehmend an Bedeutung verlieren.

Durch den Wandel zur Wissensgesellschaft verändert sich das Arbeitsleben enorm. Service-, Informations- und Kreativarbeiter ersetzen mehr und mehr den Waren pro-

duzierenden Industriearbeiter. Damit ist die Leistungserstellung auch nicht mehr zwingend an einen bestimmten Ort oder eine vorgegebene Zeit gebunden. Der Prozess der Leistungserstellung wird zunehmend von den Mitarbeitern selbstbestimmt organisiert, strikte hierarchische Strukturen verlieren damit an Bedeutung. Stattdessen wird die individuelle „Work-Life-Balance“ immer wichtiger. Diese Entwicklung wird in der Trendforschung als New Work bezeichnet.

4.2 Wohnimmobilien

Der Megatrend der Connectivity wird aus dem Trendcluster Technologischer Fortschritt die größten Auswirkungen auf Wohnimmobilienmärkte haben. Die anderen Trends New Work, Mobility oder Globalisierung werden hingegen kaum Einfluss auf dieses Marktgeschehen haben.

Wohnimmobilien werden zukünftig immer mehr zu sogenannten Smart Homes werden. Hierunter sind allgemein technische Verfahren und Systeme für die Vernetzung von Haustechnik und Haushaltsgeräten zu verstehen. Dies umfasst die klassische Kommunikation und die Unterhaltungselektronik, aber auch Wohnkomfort, Energiemanagement und Sicherheit. Zur Steuerung eines solchen vernetzten Eigenheims wird ein Smartphone oder Tablet-PC verwendet, welcher mit den entsprechenden Anwendungen (Apps) ausgerüstet werden kann.

Auf diese Weise lassen sich die Heizung und das Raumklima über das Internet steuern, Lampen und Jalousien können an- oder ausgeschaltet werden. Einige Systeme drosseln selbstständig die Heizung, wenn ein Fenster geöffnet wird, oder erkennen, wenn ein Bewohner einen Raum betritt und schalten das Licht ein. Je mehr Geräte auf diese Weise gesteuert werden können, desto höher ist auch die mögliche Energieeinsparung. Dies kann noch durch einen Smart Meter unterstützt werden, welcher die Bewohner mit Informationen zum Stromverbrauch versorgt und hilft, Einsparpotenziale zu erkennen und zu nutzen. Zudem lassen sich Sicherheitssysteme in das Netzwerk integrieren.

Darüber hinaus ermöglicht die Technologie, Assistenzsysteme zu installieren, wodurch ältere Menschen länger in ihren bisherigen Wohnungen leben können. Gerade in Verbindung mit der demografischen Entwicklung liegt hierin ein großes Potenzial. Dabei erfüllen die Assistenzsysteme neben den Smart Home-Anwendungen unterschiedlichste Funktionen. Im Bereich der Telemedizin können beispielsweise die Vitalwerte und die Medikamenteneinnahme überwacht werden. Ebenso kann die Alltagsorganisation durch eine Terminverwaltung unterstützt oder die Kommunikation mit anderen Personen oder sozialen Netzwerken erleichtert werden. Spezielle Sensortechnik kann eingesetzt werden, um beispielsweise den Sturz einer Person zu erkennen, deren Aufenthaltsort zu ermitteln oder einfach den Herd abzuschalten, falls dies vergessen wurde.

Auf Basis dieser neuen Technologien wird es zu deutlichen Veränderungen des Wohnens in der Zukunft kommen. Allerdings müssen die Immobilien für diese neuen Technologien geeignet sein. Dies bei der Planung von Neubauten zu berücksichtigen, ist vergleichsweise einfach. Die Nachrüstung in Bestandsimmobilien ist häufig allerdings mit nicht unerheblichen Investitionen verbunden, die über die reine Anschaffung der Hardware hinausgehen. Diese Kosten müssen sich durch entsprechende Miet- oder Wertsteigerungen refinanzieren lassen, damit eine Umrüstung aus wirtschaftlicher Perspektive Sinn macht. Nur wenn bei Mietern und Käufern aufgrund ihrer gestiegenen Präferenzen für derartige Systeme auch eine entsprechende Zahlungsbereitschaft vorhanden ist, wird deren Verbreitung zunehmen. Sie werden langfristig zwar zu einem Faktor für die erfolgreiche Vermarktung einer Wohnimmobilie, nachhaltige Veränderungen marktrelevanter Größen sind aber eher nicht zu erwarten.

4.3 Büroimmobilien

Der Megatrend Connectivity führt durch den Einsatz moderner IuK-Technologie zu einem Paradigmenwechsel bei der Büroarbeit. Sie ermöglicht flexible Strukturen hinsichtlich Zentralität, Arbeitszeit und -ort

Dimensionen der Büroarbeit

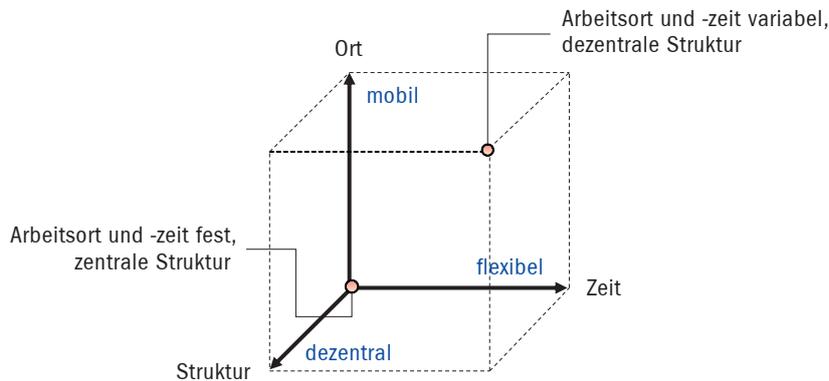


Schaubild 11

Quelle: Fraunhofer IAO, Deutsche Hypo

(vgl. Schaubild 11). Das klassische, durch einen hierarchischen Unternehmensaufbau mit starren Abteilungsstrukturen, einer strikten Trennung von Arbeit und Freizeit sowie Zeitorientierung und Kontrolle charakterisierte Büroarbeitsmodell wird dabei mehr und mehr überwunden. Am Beginn dieser Entwicklung stand die Einführung des PC's in die Büroarbeit im Verlauf der 90er-Jahre. Dieser hat sich in der Zwischenzeit zu einem multifunktionalen Werkzeug gewandelt, welches den Austausch immenser Datenmengen und Informationen ermöglicht. Dieser Austausch wird durch Breitbandzugänge, ISDN und Internet ermöglicht und durch Groupware-Pakete unterstützt. Die Multifunktionalität der benutzten Hardware reduziert die bei der Arbeit erforderlichen Medienbrüche auf ein Minimum und steigert somit die Produktivität der Büroarbeit. Dadurch und durch die Entwicklung des Notebooks und anderer mobiler Hardware (Netbooks, Smartphones etc.) löst sich die frühere Standortgebundenheit der klassischen Workstation nahezu vollständig auf und ermöglicht neue, standortunabhängige Bürokonzepte. Die damit einhergehenden Veränderungen der Arbeitsprozesse und Arbeitsweise im Büro sind verantwortlich für die Konzeption des Büros der Zukunft.

Die hierdurch mögliche Vernetzung erlaubt auch die Steuerung globaler Wertschöpfungsketten. Durch sinkende Transaktions-

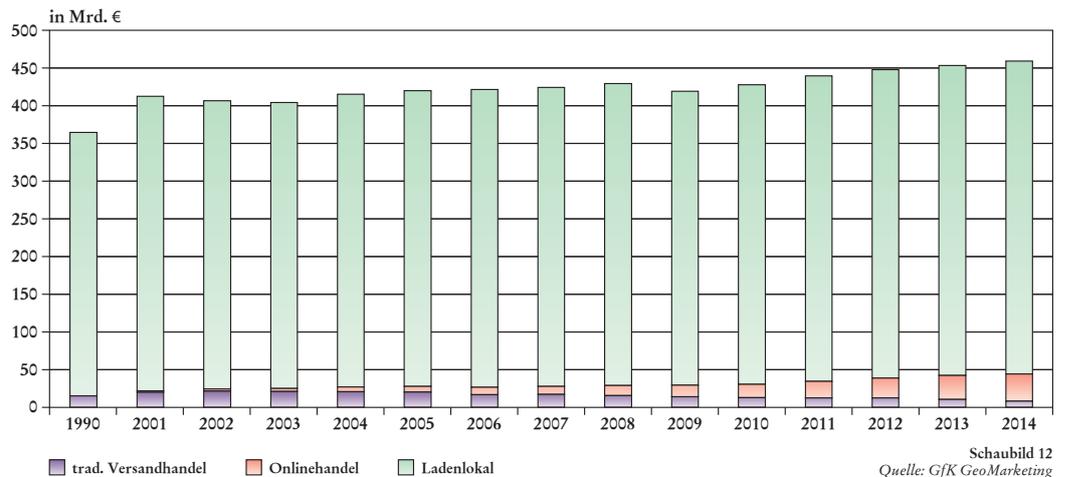
kosten spielen Entfernungen im Zeitalter der Globalisierung keine herausragende Rolle mehr. Innovation und Kreativität werden zu entscheidenden Erfolgsfaktoren für Unternehmen. Das Büro muss eine Arbeitsumgebung schaffen, die dies fördert. In dieser wird von Mitarbeitern auch Mobilität am Arbeitsplatz erwartet, da es das klassische Territorialbüro zunehmend nicht mehr geben wird. Je nach Projekt oder Tätigkeit können andere Arbeitsumgebungen genutzt werden, in welchen die Möglichkeit zur Visualisierung komplexer Probleme mit Hilfe der Technik gegeben sein muss.

New Work beinhaltet die Aufhebung der strikten Trennung zwischen Arbeitswelt und Privatsphäre. Damit rücken auch Büroimmobilien mehr in die Nähe des Lebensmittelpunktes ihrer Nutzer. Sie sind multifunktional und beherbergen beispielsweise auch Gastronomie, Arztpraxen, Einzelhändler oder Fitness-Center. Dies steigert die Produktivität der Mitarbeiter und somit auch die der Immobilie. Dies erfordert allerdings Multi-Tenant-Strukturen und Immobilien, die diese verschiedenen Nutzungsarten auch ermöglichen.

4.4 Einzelhandelsimmobilien

Die Verbreitung des Internets hat auch im Einzelhandel zu spürbaren Veränderungen geführt. Auf Basis der Internettechnologie

Umsätze nach Vertriebswegen im Einzelhandel (1990-2014)



eröffnete sich ein neuer Vertriebskanal, welcher zunehmend an Bedeutung in der Branche gewinnt. Der Onlinehandel konnte seine Umsätze in der Dekade seit 2004 von 6,2 Mrd. € auf 36 Mrd. € steigern. Damit stieg sein Anteil am gesamten Versandgeschäft von gut 23 v.H. auf beachtliche 82 v.H. an, da der traditionelle Versandhandel in der gleichen Periode deutlich eingebrochen ist. Trotz dieser deutlichen Zugewinne im Onlinehandel bleibt der klassische Vertriebsweg mittels eines Ladenlokals in Deutschland dominierend (vgl. Schaubild 12).

Im Jahr 2012 entfielen gut 91 v.H. der Einzelhandelsumsätze auf Ladenlokale, der Onlinehandel erreichte dagegen 6 v.H. (traditioneller Versandhandel knapp 3 v.H.). In diesem Jahr wird der Onlinehandel voraussichtlich 8 v.H. erreichen, in Ladenlokalen wird demgegenüber ein Anteil von 90 v.H. des erzielten Umsatzes des deutschen Einzelhandels erzielt werden. Damit wächst der Onlinehandel zwar unbestritten weiter dynamisch, bleibt aber dennoch weit hinter der Bedeutung des Vertriebswegs Ladenlokal zurück.

Für den Markt für Einzelhandelsimmobilien sind die Wirkungen dieser Entwicklung nicht eindeutig. Einerseits gewinnt mit der Umsatzentwicklung im Onlinehandel ein Handelsformat an Bedeutung, welches keine Verkaufsflächen benötigt. Hier sind es eher verkehrsgünstig gelegene Warenverteilzent-

ren, die benötigt werden. Keine Bedeutung für den Standort haben traditionelle Kriterien im Einzelhandel wie eine hohe Kundenfrequenz, die Möglichkeit einer zeitgemäßen Warenpräsentation, Parkmöglichkeiten oder die Erreichbarkeit mittels des öffentlichen Personennahverkehrs. Andererseits kann der traditionelle Einzelhandel von dieser Entwicklung profitieren, wenn es gelingt diesen neuen Vertriebsweg in Multi-Channel-Konzepten zu integrieren. Da hier das Ladenlokal nicht ersetzt wird, wird die Flächennachfrage stabilisiert. Langfristig wird der Onlinehandel allerdings keinesfalls die Bedeutung des stationären Einzelhandels erlangen können, je nach Warenportfolio eignet sich das Internet als Vertriebsweg mehr (Bücher, Musik) oder weniger (Lebensmittel, Waren mit hohem Beratungsaufwand). Daneben eröffnen auch typische Onlinehändler verstärkt „Outlets“, um auf diese Weise mehr Kundennähe zu generieren. Dies wiederum steigert die Nachfrage nach Flächen vor allem in den 1a-Lagen von Großstädten.

Übersicht der bisher erschienenen Studien:

Juni 2001	Die Finanzierung von Fußballstadien
November 2002	Krankenhausmarkt im Umbruch (Teil I)
Januar 2004	Krankenhausmarkt im Umbruch (Teil II) – Handlungsoptionen für die Zukunft
März 2005	Immobilienmärkte – Einflussfaktoren und Perspektiven
August 2005	Real Estate Investment Trusts
Dezember 2005	Housing Bubble USA – Crash or Soft Landing?
März 2006	Logistikimmobilien – eine neue Chance für den Gewerbeimmobilienmarkt?
September 2006	Liquiditätsschwemme auf deutschen Immobilienmärkten Liquidity hurricane in Germany's property markets
April 2007	Abenteuerland Asien?
August 2007	Herausforderungen für Einzelhandelsimmobilien
März 2008	Zukunft der Wohnimmobilien und der Wohnungsunternehmen in Deutschland
August 2008	Entwicklungstrends für Hotelimmobilien in Deutschland
April 2009	Demographische Herausforderungen für die Immobilienmärkte
August 2009	Einzelhandelsimmobilien – Trends auf der Angebotsseite
März 2010	Büroimmobilienmarkt der Zukunft
August 2010	Immobilien-Investmentmarkt: Nach dem Boom ist vor dem Boom
März 2011	Logistikimmobilien – Cluster mit differenzierten Entwicklungspotenzialen
August 2011	Neue Trends im deutschen Einzelhandel
März 2012	Nachhaltigkeit in der Immobilienwirtschaft
August 2012	Perspektiven der Wohnungsmärkte in Deutschland
März 2013	Immobilien-Investmentmärkte in Deutschland
August 2013	Perspektiven der Einzelhandelsimmobilienmärkte in Deutschland

Disclaimer

Diese Studie ist erstellt worden von der DEUTSCHE HYPOTHEKENBANK AG („Deutsche Hypo“) und richtet sich ausschließlich an Empfänger innerhalb der Bundesrepublik Deutschland.

Diese Studie dient allein Informationszwecken und stellt insbesondere kein Angebot und keine Aufforderung zur Abgabe eines solchen Angebotes zum Kauf, Verkauf oder zur Zeichnung irgendeines Anlagetitels oder einer Finanzdienstleistung dar.

Ebenso wenig handelt es sich bei dieser Studie im Ganzen oder in Teilen um einen Verkaufsprospekt oder einen sonstigen anderen Börsenprospekt. Insofern stellen die in dieser Studie enthaltenen Informationen lediglich eine Übersicht dar und dienen nicht als Grundlage einer möglichen Kauf- oder Verkaufsentscheidung eines Investors. Vielmehr wird dringend empfohlen, dass jeder Investor vor seiner Kaufentscheidung die vollständigen Verkaufs- bzw. Börsenprospekte liest.

Die in dieser Studie enthaltenen Informationen ersetzen alle vorherigen Versionen einer solchen Studie und beziehen sich ausschließlich auf den Zeitpunkt der Erstellung dieser Unterlagen. Zukünftige Versionen dieser Studie ersetzen die vorliegende Fassung. Eine Verpflichtung der Deutsche Hypo, die Informationen in dieser Studie zu aktualisieren oder in regelmäßigen Abständen zu überprüfen, besteht nicht. Eine Garantie für die Aktualität und fortgeltende Richtigkeit kann daher nicht gegeben werden.

Alle hierin enthaltenen tatsächlichen Angaben, Informationen und getroffenen Aussagen basieren auf Quellen, die von uns für zuverlässig erachtet wurden. Die aufgrund dieser Quellen in der vorstehenden Studie geäußerten Meinungen und Prognosen stellen unverbindliche Werturteile unseres Hauses dar, für deren Richtigkeit und Vollständigkeit keinerlei Gewähr übernommen werden kann. Zudem enthält diese Studie im Zusammenhang mit der Deutsche Hypo diverse zukunftsgerichtete Aussagen und Informationen, die auf den Überzeugungen der Deutsche Hypo-Geschäftsleitung sowie auf

Annahmen und Informationen basieren, die dem Deutsche Hypo-Management derzeit zur Verfügung stehen. Ausgehend von den bekannten und unbekanntem Risiken, die dem Geschäft der Deutsche Hypo anhaften sowie Unsicherheiten und anderen Faktoren, können die zukünftigen Resultate, Wertentwicklungen und Ergebnisse abweichen, die aus solchen zukunfts- oder vergangenheitsgerichteten Aussagen hergeleitet wurden. Daher soll in solche zukunfts- oder vergangenheitsgerichteten Aussagen kein uneingeschränktes Vertrauen gesetzt werden.

Die Weitergabe dieser Studie an Dritte sowie die Erstellung von Kopien, ein Nachdruck oder sonstige Reproduktion des Inhalts oder von Teilen dieser Studie ist nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der Deutsche Hypo zulässig.

Die Verteilung oder Weitergabe dieser Studie und der hierin enthaltenen Informationen kann in manchen Rechtsordnungen unzulässig sein oder bestimmten Restriktionen unterliegen. Soweit Personen in diesen Rechtsordnungen in den Besitz dieser Studie gelangen oder Kenntnis von deren Inhalten erlangen, sind diese selbst zur Einhaltung solcher Restriktionen verpflichtet.

Eine Annahme und Verwendung dieser Studie und der hierin enthaltenen Informationen ist nur bei Akzeptanz der vorstehenden Bedingungen zulässig.

© Copyright 2014. Deutsche Hypo, Markt-Analyse, D-30159 Hannover, Deutschland. Alle Rechte vorbehalten. Bei Zitaten wird um Quellenangabe „Deutsche Hypo Markt-Analyse“ gebeten.

DEUTSCHE / HYPO

Ein Unternehmen der **NORD/LB**

Deutsche Hypothekenbank
(Actien-Gesellschaft)

30159 Hannover
Georgsplatz 8
Telefon +49 511 3045-0
Telefax +49 511 3045-459
Mail@Deutsche-Hypo.de
www.Deutsche-Hypo.de