



# **AGW-Arbeitskreis Gesellschaft und Quartier**

## **Nachhaltiger Mietwohnungsneubau unter Berücksichtigung von Zielgruppen und Lebenszykluskosten**

**Leipzig, 27. Oktober 2014**

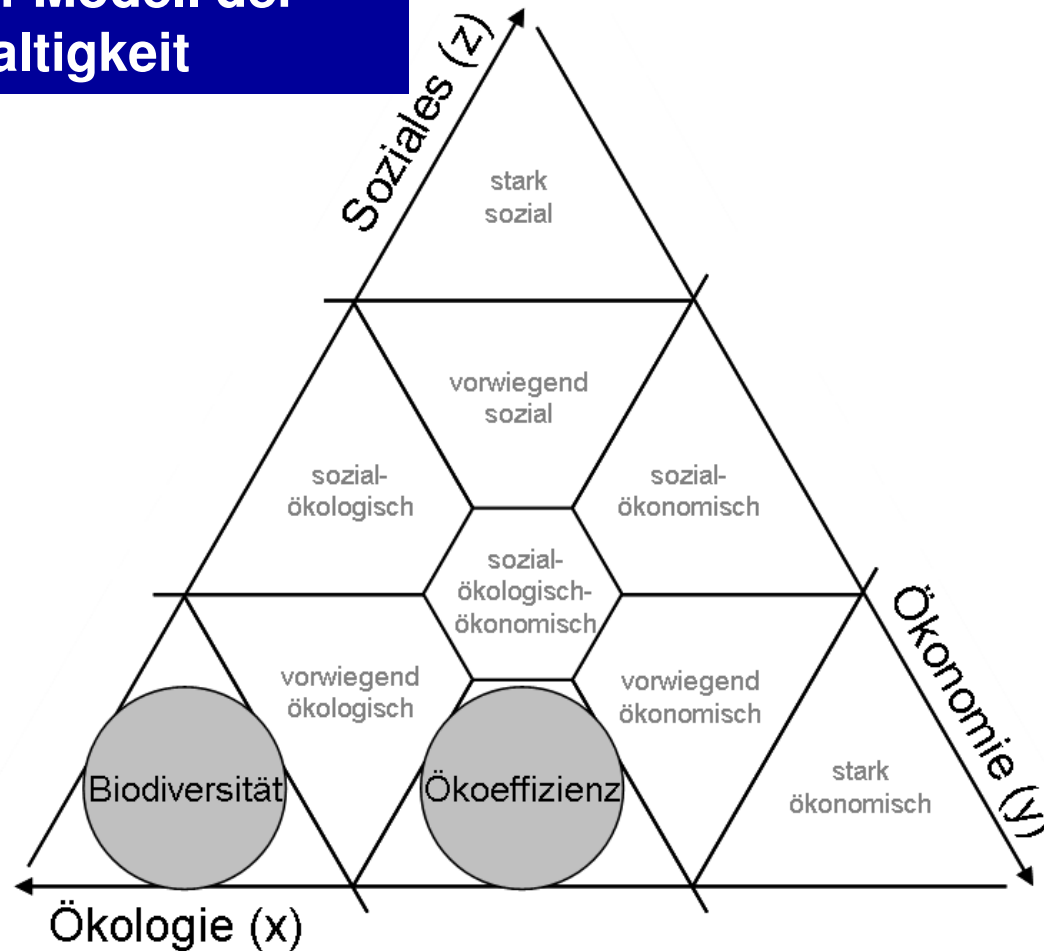


- **Ökologische Nachhaltigkeit:** Sie orientiert sich am stärksten am ursprünglichen Gedanken, keinen Raubbau an der Natur zu betreiben. Ökologisch nachhaltig wäre eine Lebensweise, die die natürlichen Lebensgrundlagen nur in dem Maße beansprucht, wie diese sich regenerieren.

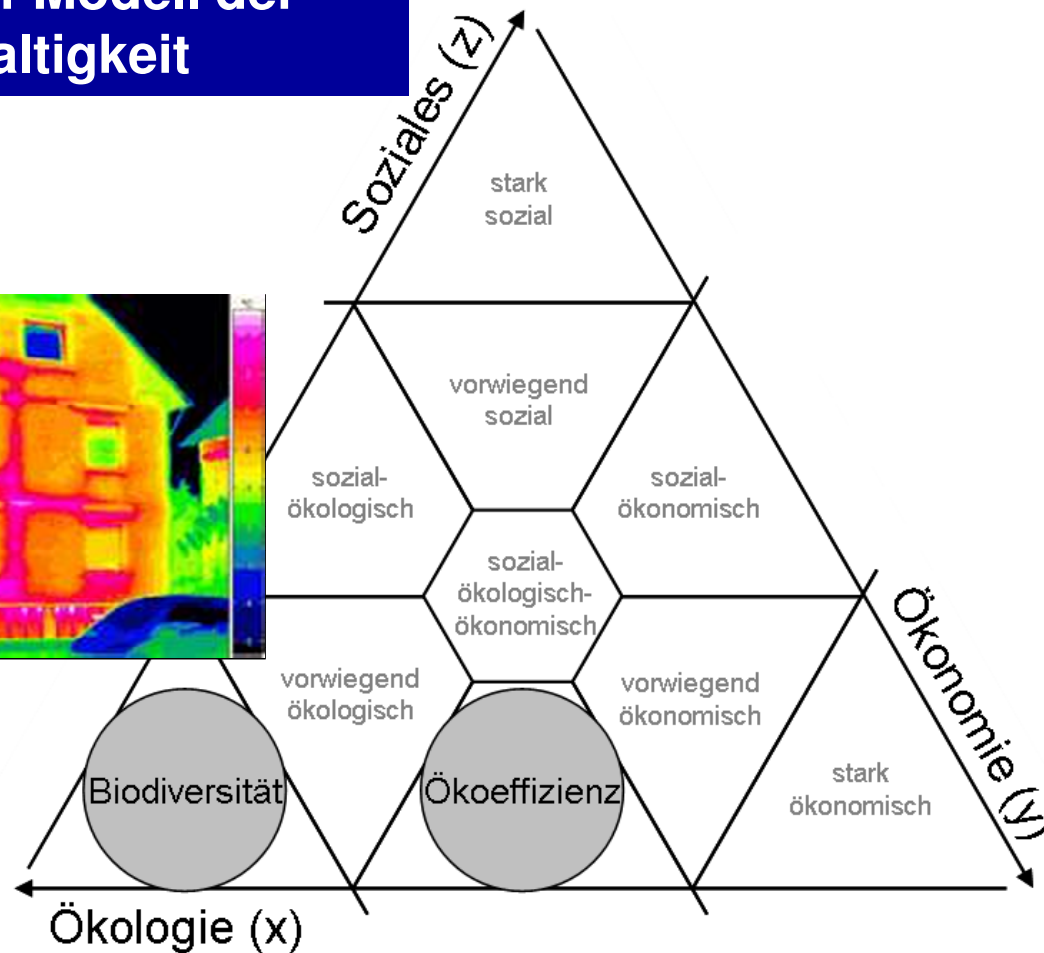
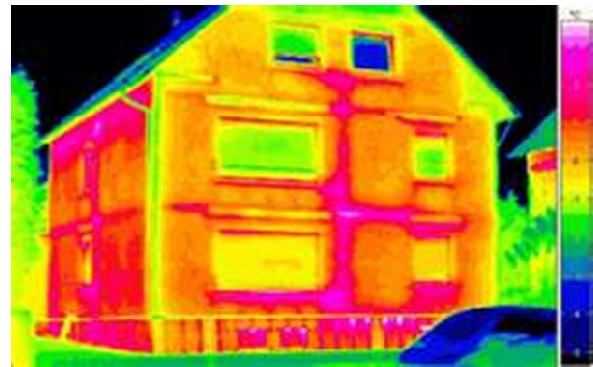
- **Ökologische Nachhaltigkeit:** Sie orientiert sich am stärksten am ursprünglichen Gedanken, keinen Raubbau an der Natur zu betreiben. Ökologisch nachhaltig wäre eine Lebensweise, die die natürlichen Lebensgrundlagen nur in dem Maße beansprucht, wie diese sich regenerieren.
- **Ökonomische Nachhaltigkeit:** Eine Gesellschaft sollte wirtschaftlich nicht über ihre Verhältnisse leben, da dies zwangsläufig zu Einbußen der nachkommenden Generationen führen würde. Allgemein gilt eine Wirtschaftsweise dann als nachhaltig, wenn sie dauerhaft betrieben werden kann.

- **Ökologische Nachhaltigkeit:** Sie orientiert sich am stärksten am ursprünglichen Gedanken, keinen Raubbau an der Natur zu betreiben. Ökologisch nachhaltig wäre eine Lebensweise, die die natürlichen Lebensgrundlagen nur in dem Maße beansprucht, wie diese sich regenerieren.
- **Ökonomische Nachhaltigkeit:** Eine Gesellschaft sollte wirtschaftlich nicht über ihre Verhältnisse leben, da dies zwangsläufig zu Einbußen der nachkommenden Generationen führen würde. Allgemein gilt eine Wirtschaftsweise dann als nachhaltig, wenn sie dauerhaft betrieben werden kann.
- **Soziale Nachhaltigkeit:** Ein Staat oder eine Gesellschaft sollte so organisiert sein, dass sich die sozialen Spannungen in Grenzen halten und Konflikte nicht eskalieren, sondern auf friedlichem und zivilem Wege ausgetragen werden können.

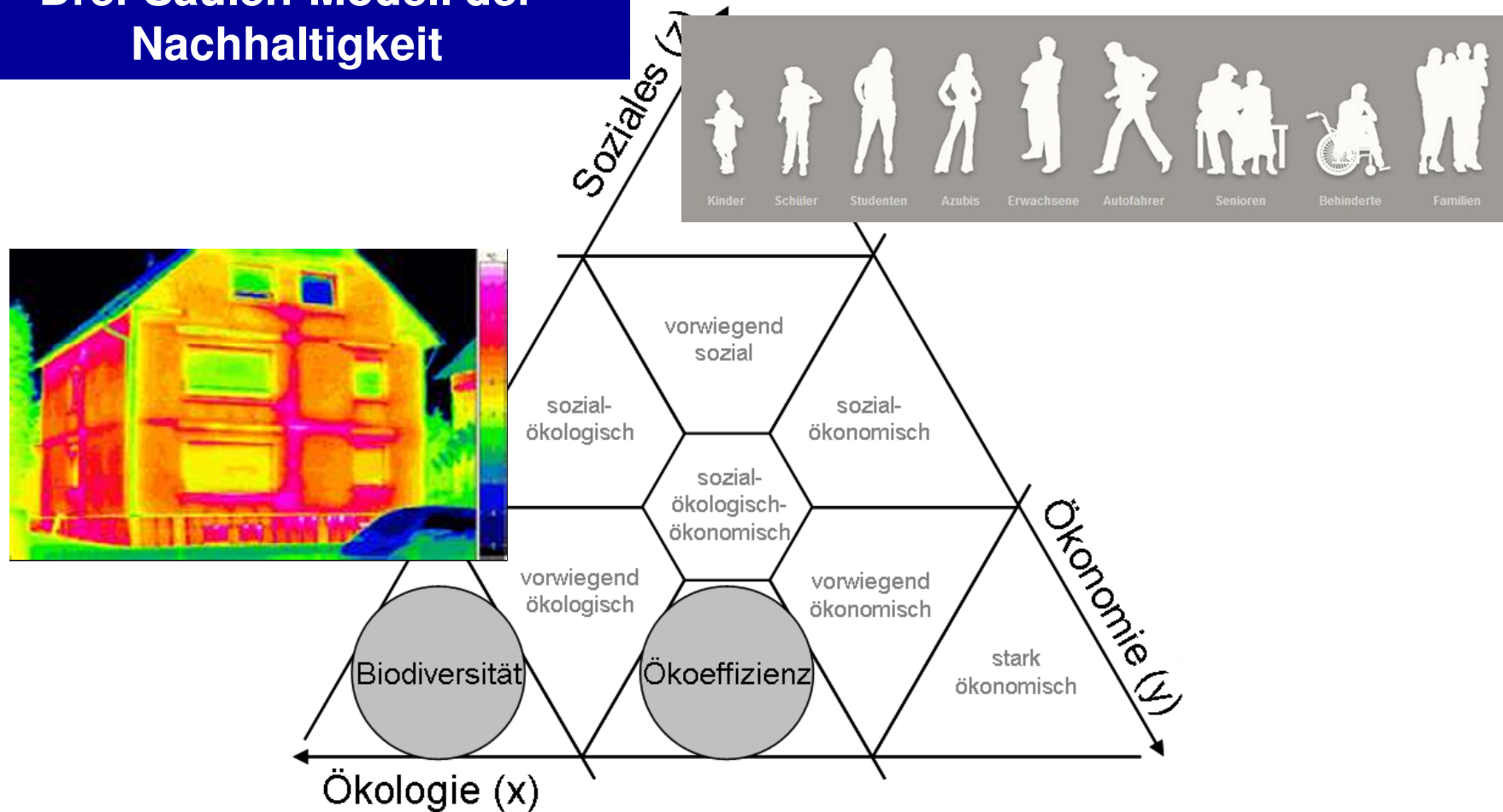
## Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit



## Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit

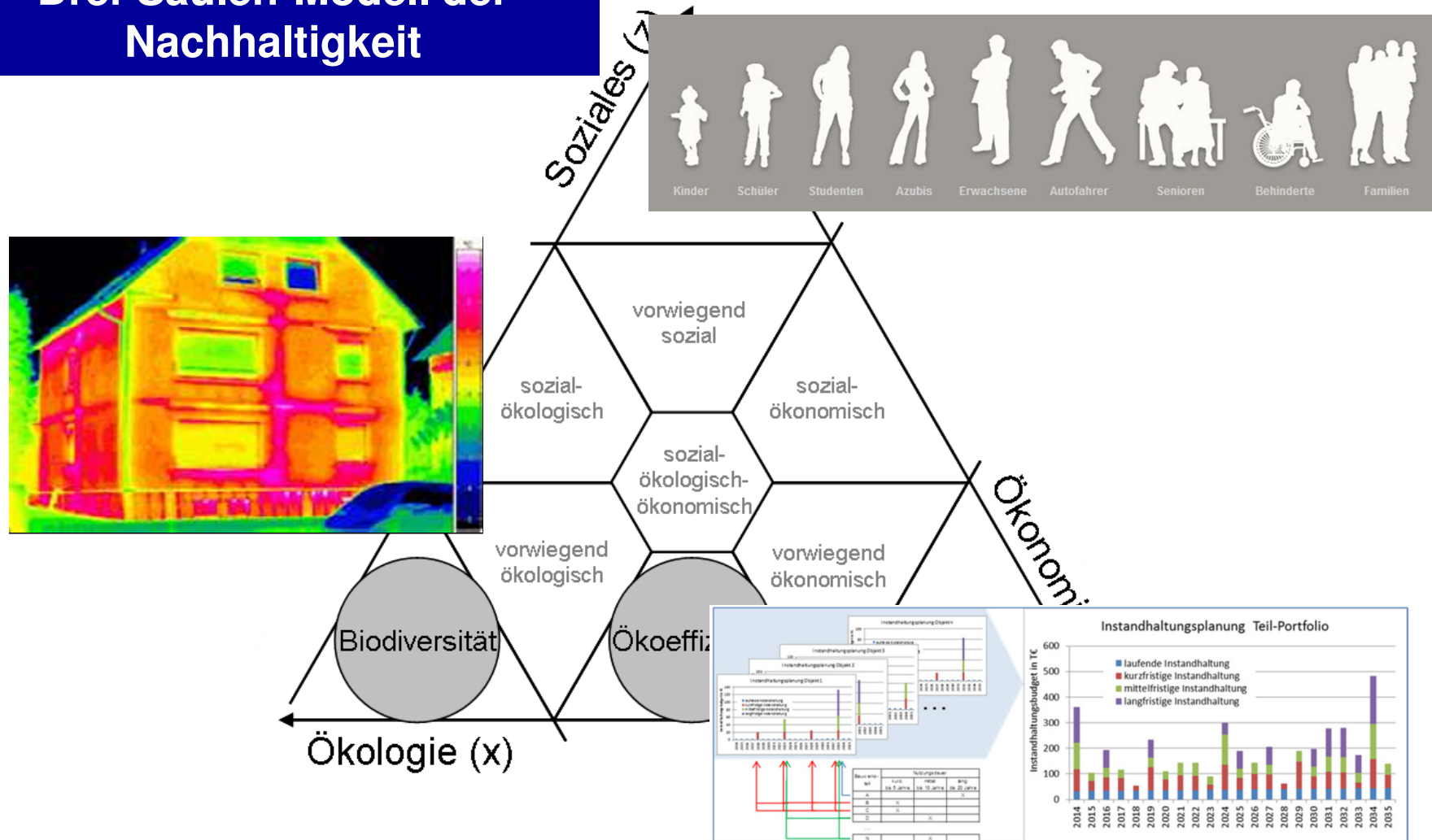


## Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit

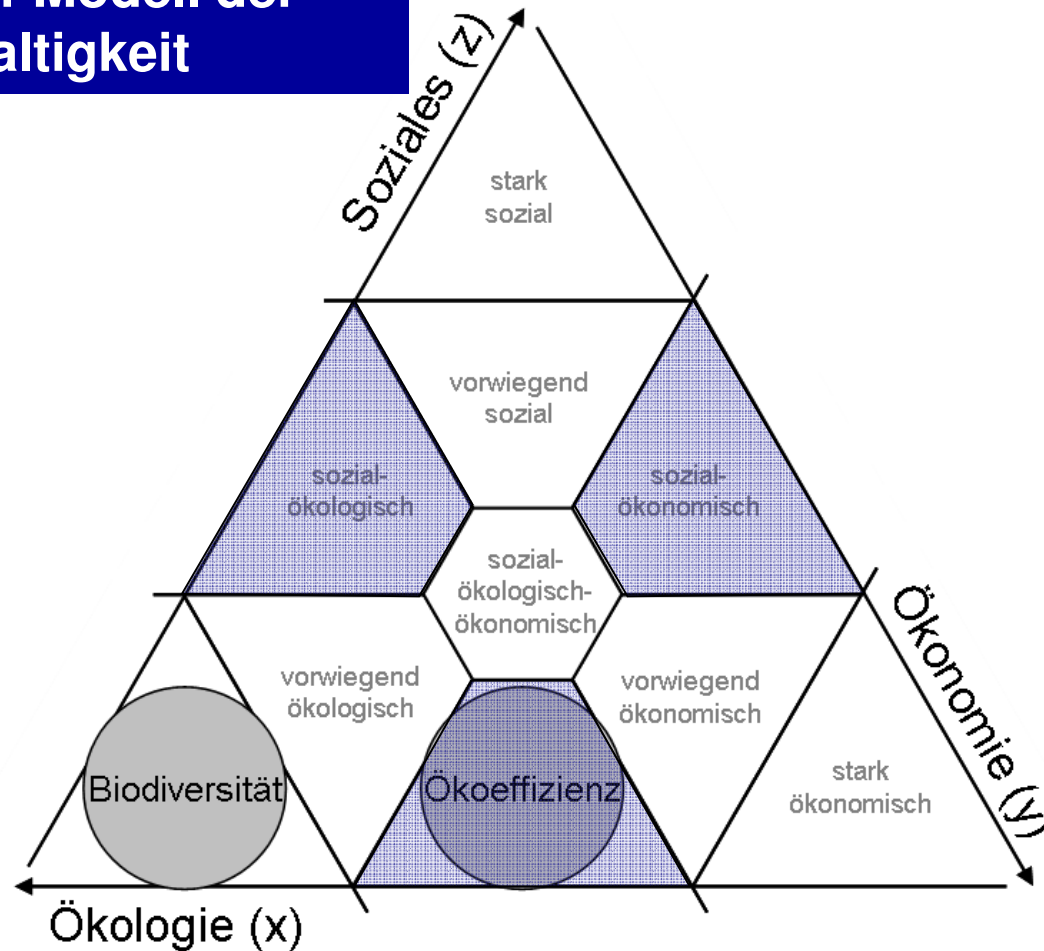




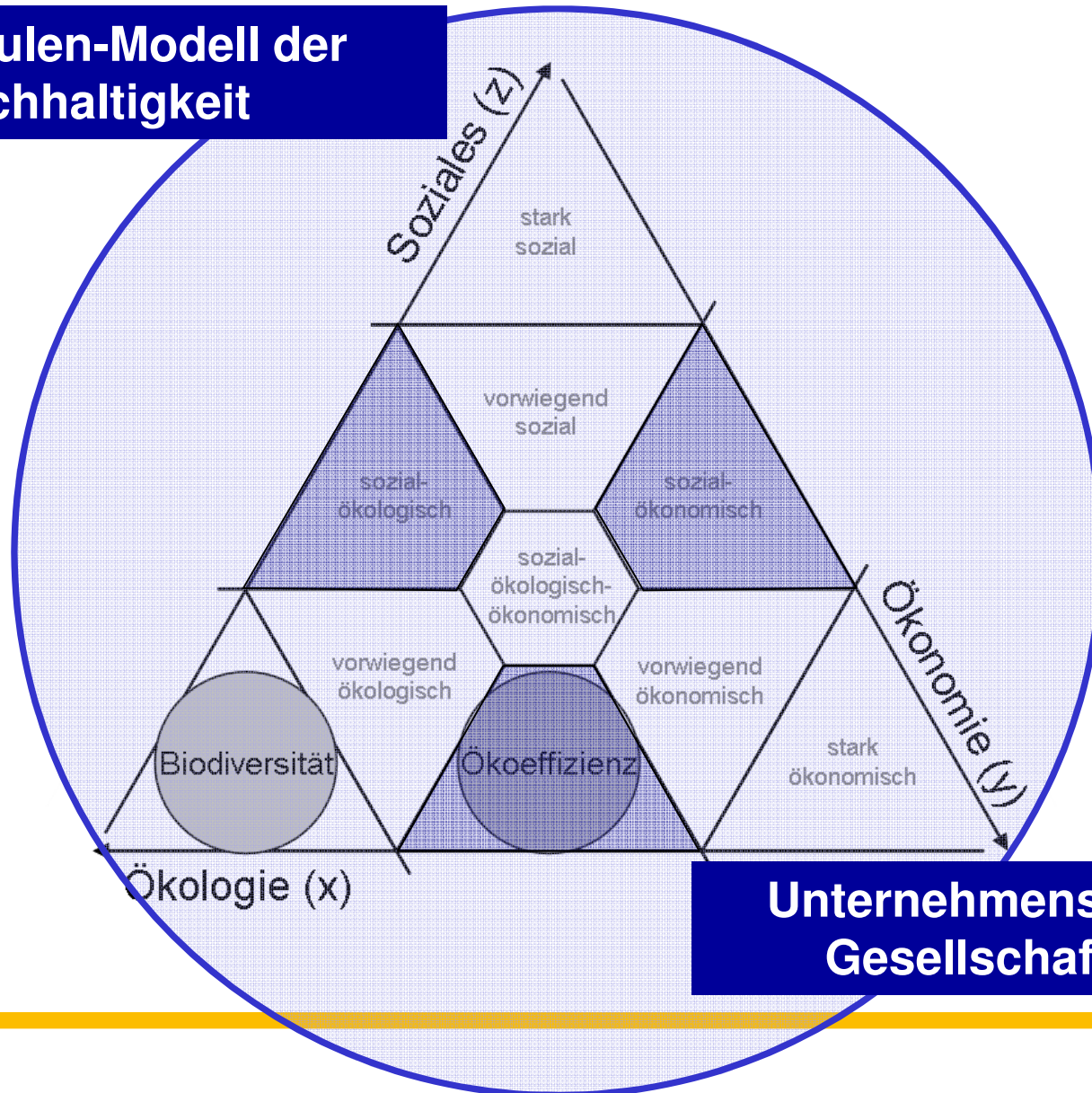
## Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit



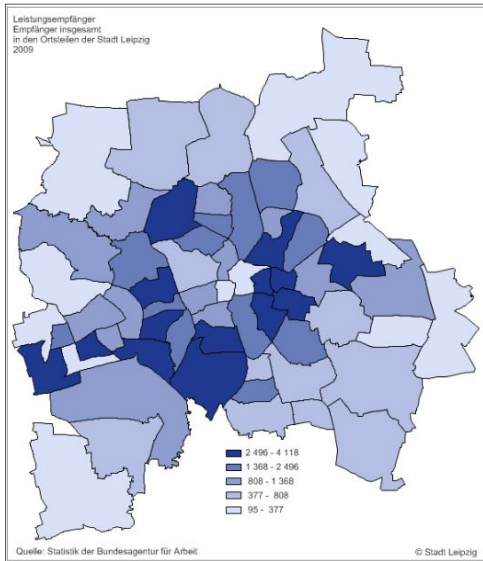
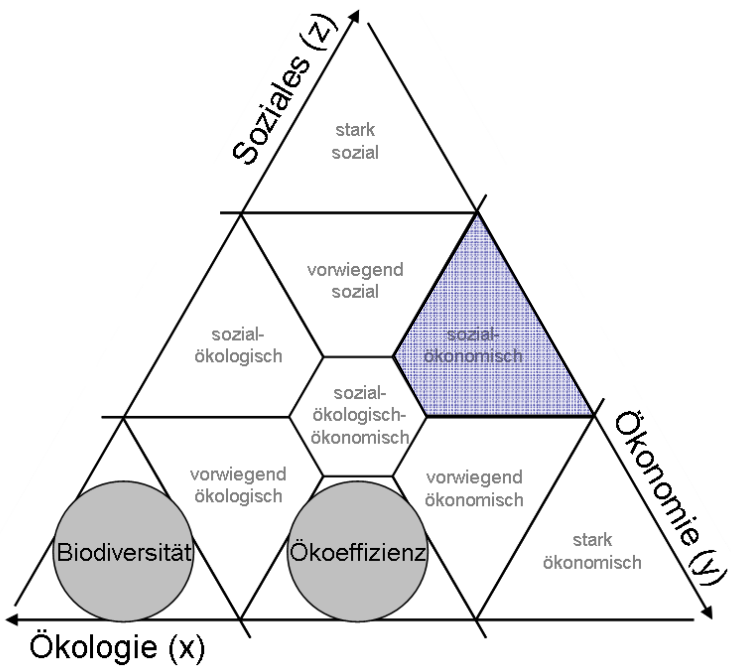
## Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit



## Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit



# Dimension Zielgruppenanalyse



## Zielgruppenbestimmung für Mietwohnungsneubau:

<b>Übersicht der Eckwerte des Leipziger Wohnungsmarktes</b>						
	2008		2013 (30.06.)		Entwicklung 2008-2013	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
<b>Einwohner mit Hauptwohnsitz</b>	<b>515.469</b>	<b>100</b>	<b>530.843</b>	<b>100</b>	<b>15.374</b>	<b>+3,0</b>
0 - 5 Jahre	26.248	5,1	30.913	5,8	4.665	17,8
6 - 17 Jahre	36.942	7,2	43.583	8,2	6.641	18,0
18 - 29 Jahre	96.374	18,7	94.885	17,9	-1.489	-1,5
30 - 44 Jahre	110.830	21,5	114.156	21,5	3.326	3,0
45 - 64 Jahre	129.818	25,2	133.237	25,1	3.419	2,6
65 - 75 Jahre	68.253	13,2	58.274	11,0	-9.979	-14,6
75 Jahre u. älter	47.004	9,1	55.795	10,5	8.791	+18,7



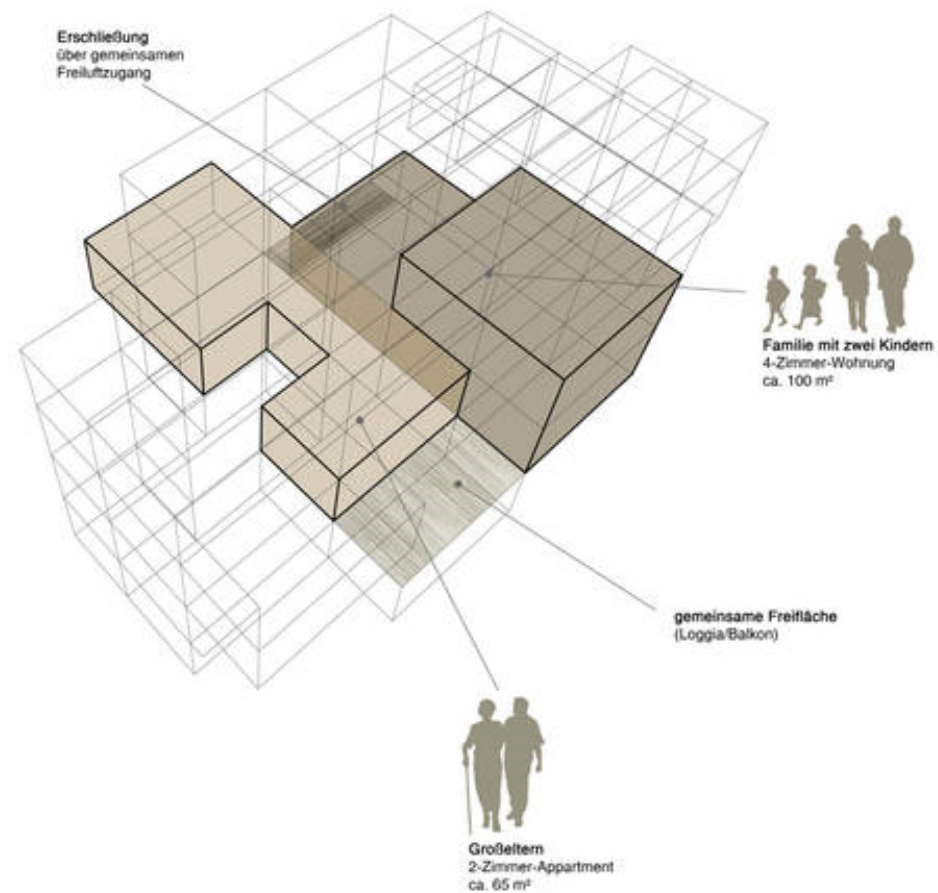
## Zielgruppenbestimmung für Mietwohnungsneubau:

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Haushalte (absolut)</b>	<b>288.452</b>	<b>285.407</b>	<b>286.473</b>	<b>288.974</b>	<b>290.011</b>	<b>294.810</b>
1 Person in %	50,6	50,3	49,8	50,1	50,2	50,7
2 Personen in %	30,2	30,7	30,8	30,9	31,0	30,8
3 Personen in %	12,0	11,9	12,1	11,8	11,6	11,3
4 und mehr Personen in %	7,2	7,1	7,2	7,1	7,2	7,2
Mittlere Haushaltsgröße	1,78	1,78	1,79	1,78	1,78	1,78
Wohnfläche je Einwohner in m <sup>2</sup>	--	40,9	40,7	40,7	40,8	39,9
Nettoeinkommen in €/Monat	--	1.391	1.379	1.427	1.414	1.414

**Zwischenfazit Zielgruppenorientierung:**

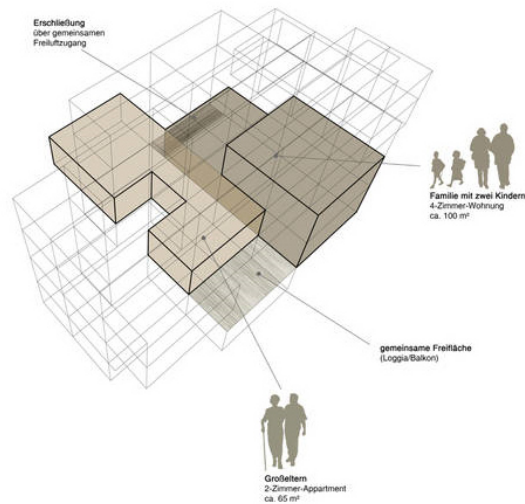
**Frage: Ist das festgestellte Bevölkerungswachstum allein ein ausreichendes Kriterium für eine Investitionsentscheidung?**

## Beispiel 1: Mehrgenerationenwohnen





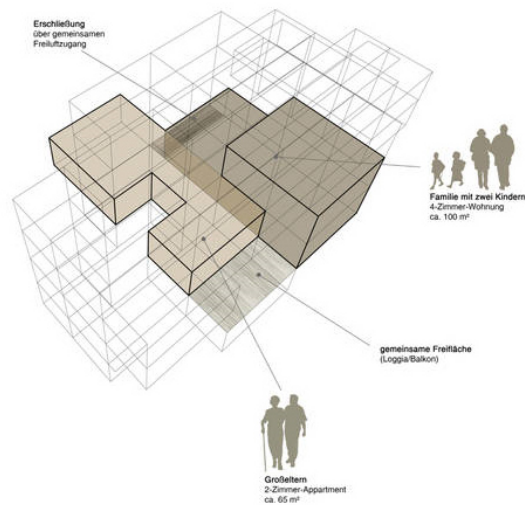
## Beispiel 1: Mehrgenerationenwohnen



### Vorzüge:

- Großeltern übernehmen Fürsorgeaufgaben für Kleinkinder
- Kinder und Enkel übernehmen Hilfestellungen im Großelternhaushalt

## Beispiel 1: Mehrgenerationenwohnen

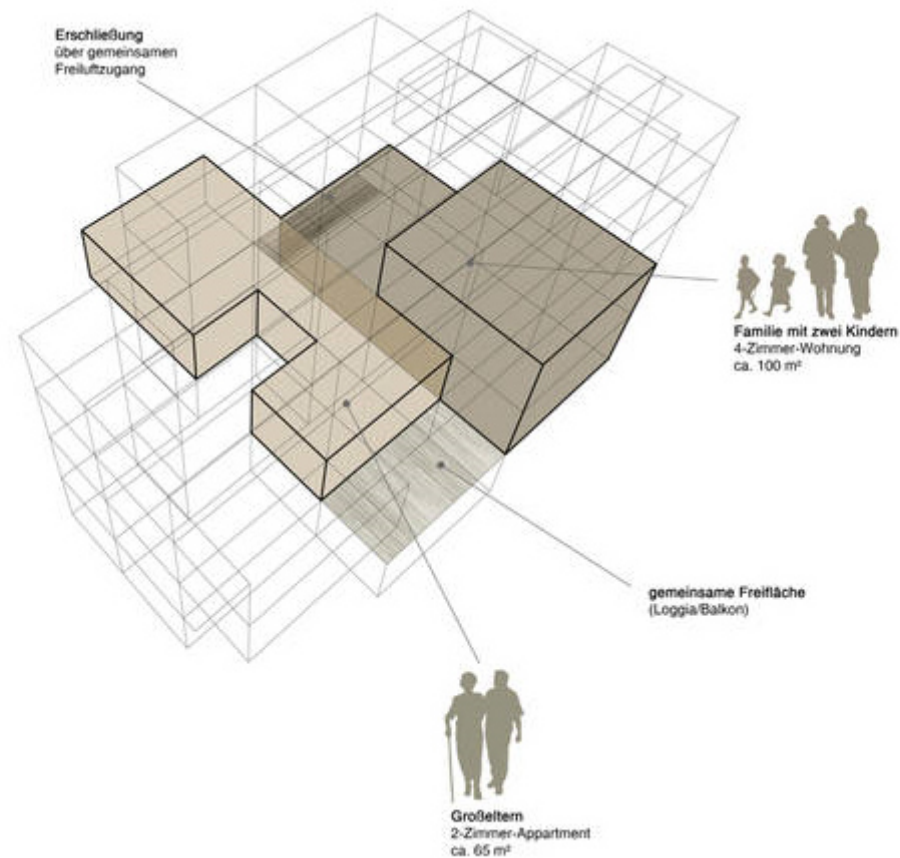


### Probleme mittel- und langfristig = Wechselfälle des Lebens

- Enkelkinder kommen in die Pubertät (Konfliktpotential) und ziehen später aus
- Eltern trennen sich, wechseln Arbeitsort, bekommen weiteren Nachwuchs usw.
- Großeltern fühlen sich nicht mehr gebraucht
- Großeltern sterben

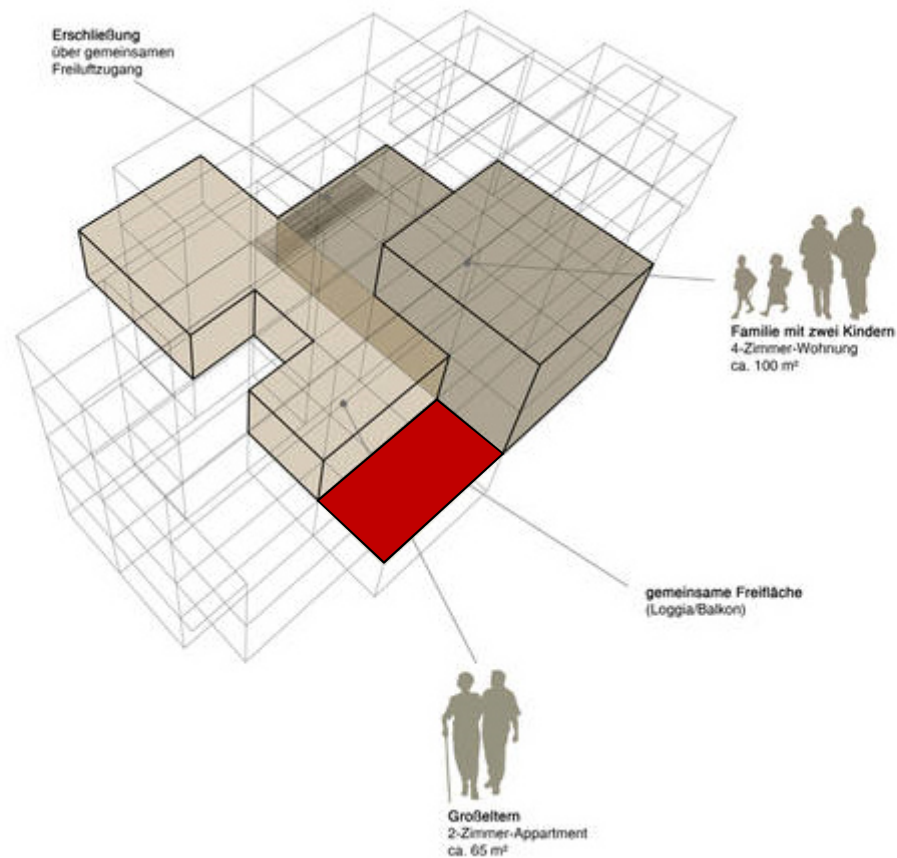
## Beispiel 1: Mehrgenerationenwohnen

### Analyse: Wo ist der Fehler?



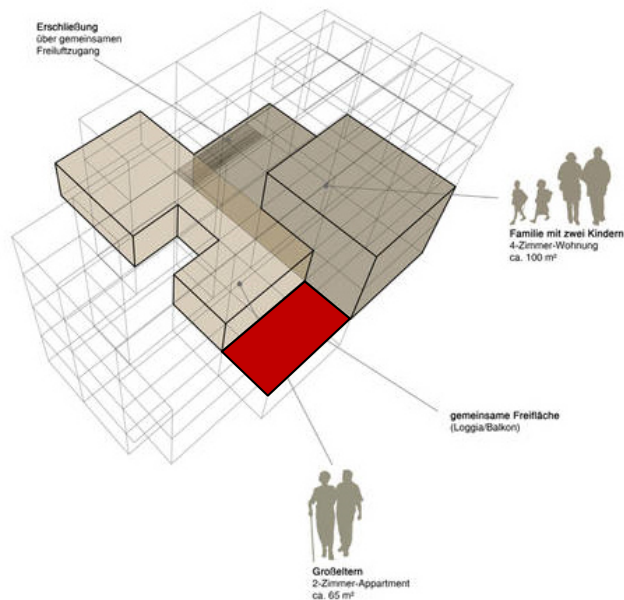
## Beispiel 1: Mehrgenerationenwohnen

### Analyse: Wo ist der Fehler?



## Beispiel 1: Mehrgenerationenwohnen

### Analyse: Wo ist der Fehler?



### Gemeinsame Balkonfläche

Nach Wegfall einer Partei, z.B.

- Verkleinerung / Vergrößerung des Elternhaushalts,
- Erkrankung / Tod des Großelternhaushalts,

wird die Wiedervermarktung beeinträchtigt.

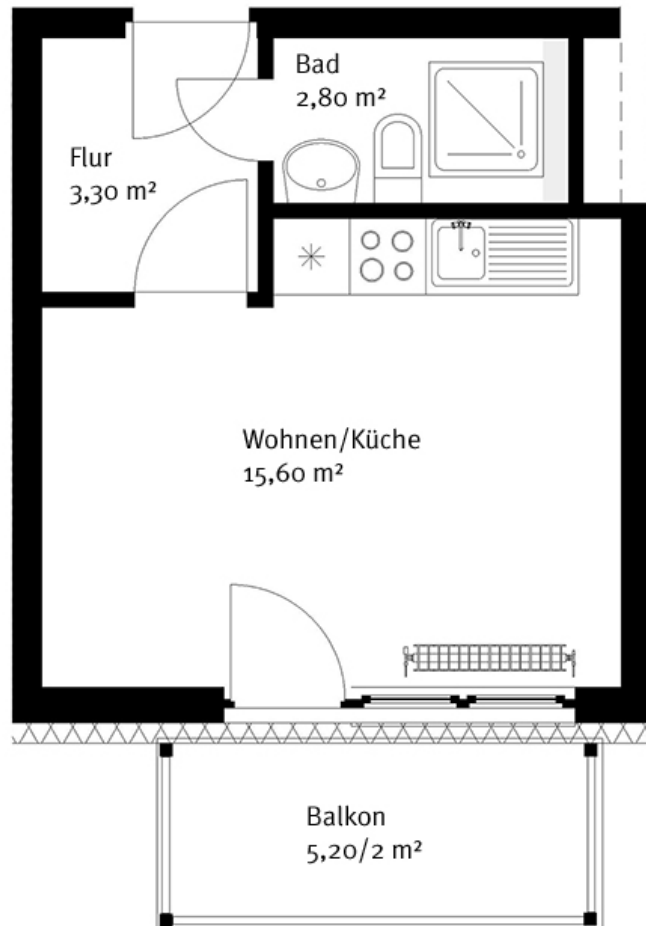
Die Folge sind:

Geringere Flexibilität,

längere Leerstandszeiten

und / oder erhöhte Umbaukosten bei Mieterwechsel

## Beispiel 2: Seniorenwohnen



**Typenbeispiel Seniorenwohnung:**

**Zielgruppe: 1-Personen-Haushalt**

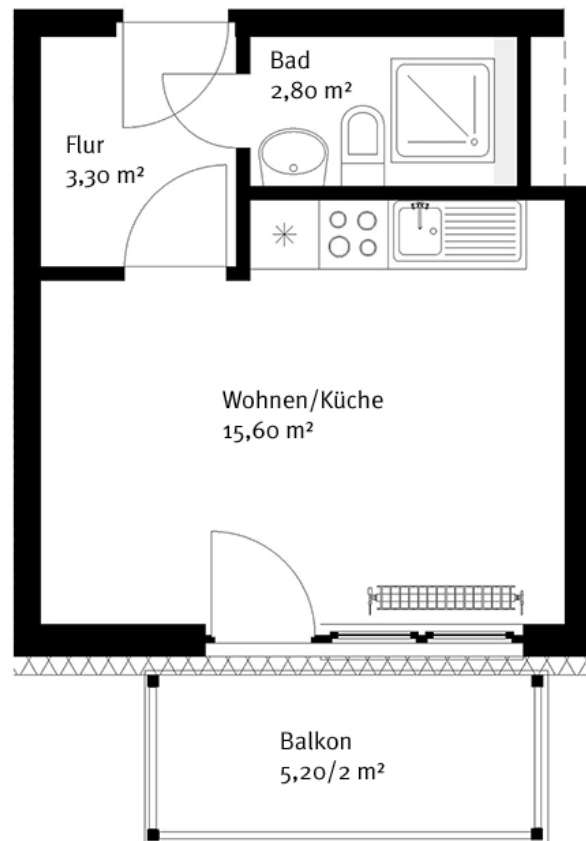
**Bezahlbarer Wohnraum**

**Größe: eher klein, 1-1,5-Raum-Wohnung**

**Ausstattung: behindertengerecht,  
mindestens barrierefrei**

## Beispiel 2: Seniorenwohnen

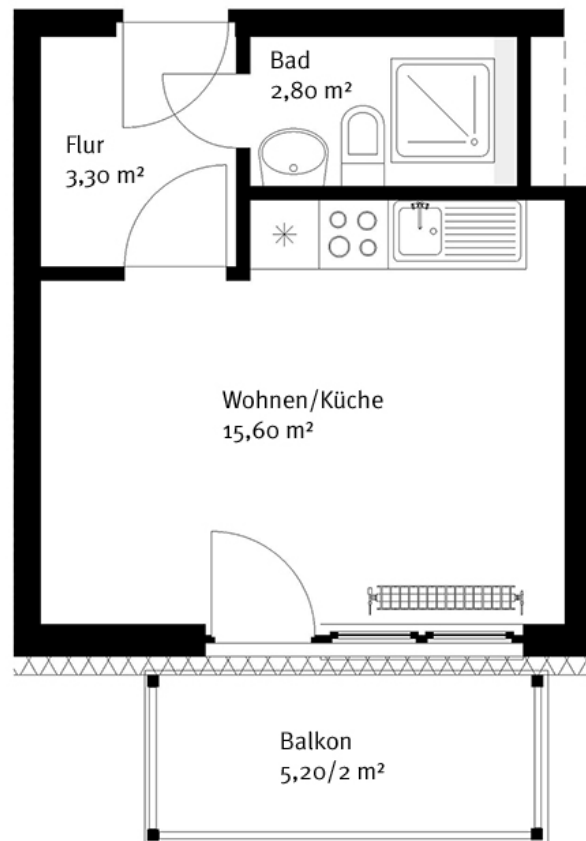
### Analyse: Wo ist der Fehler?





## Beispiel 2: Seniorenwohnen

### Analyse: Wo ist der Fehler?



### Öffentliche Wahrnehmung von Senioren als

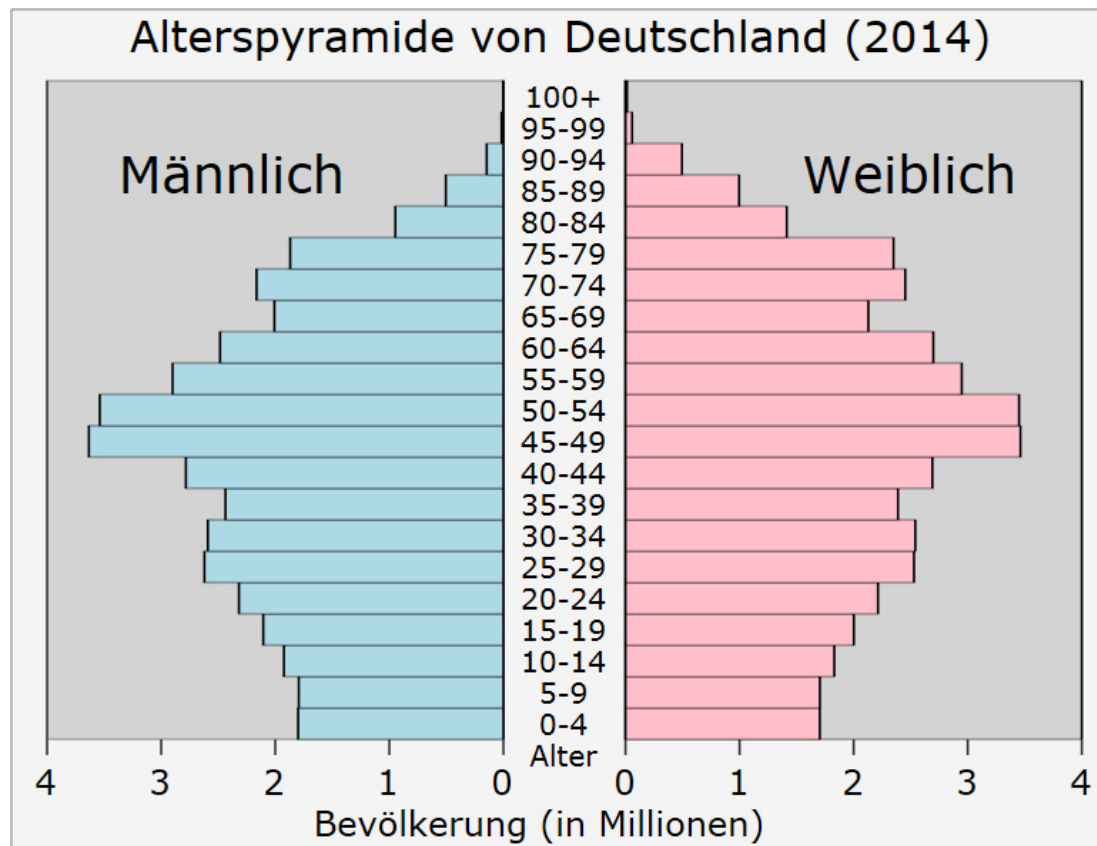
- alleinstehend
- nicht zahlungskräftig
- hilfe- bis pflegebedürftig





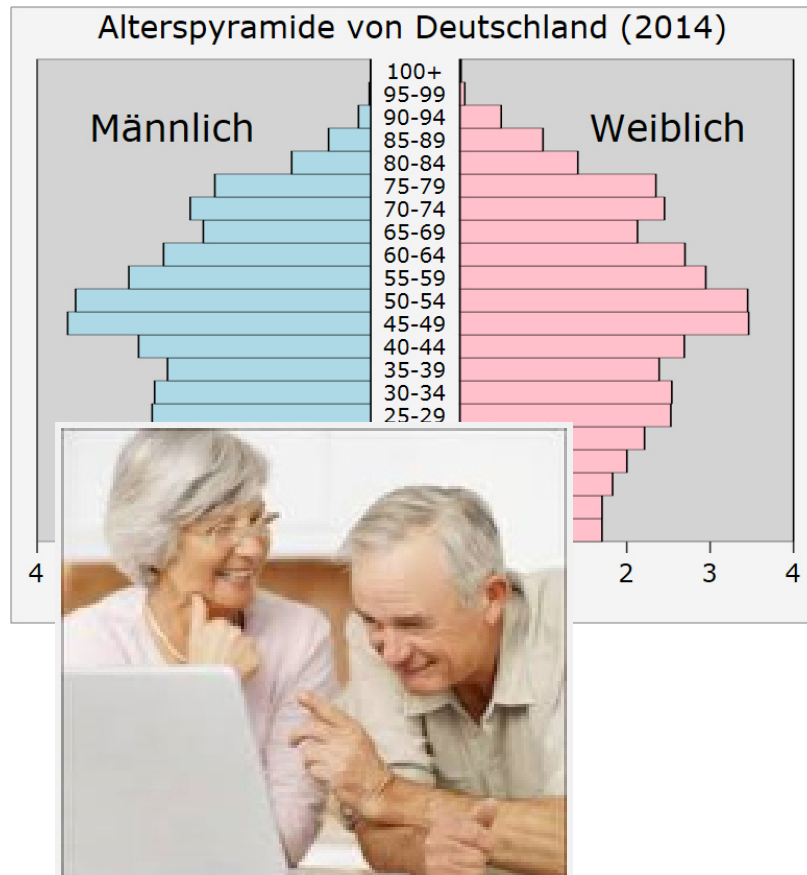
## Beispiel 2: Seniorenwohnen

### Analyse: Wo ist der Fehler?



## Beispiel 2: Seniorenwohnen

### Analyse: Wo ist der Fehler?



### Verzerrung Alterspyramide:

Heutige Seniorenhaushalte: noch immer kriegsbedingte Männerunterzahl

Ab Alterskohorte < 75-79: etwa Gleichverteilung männlich / weiblich

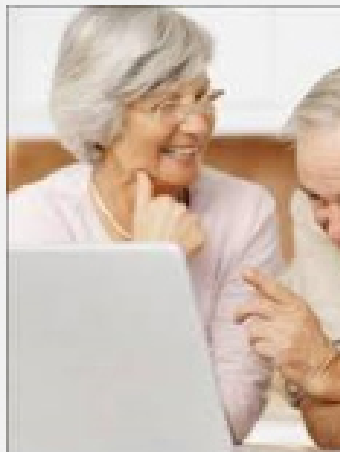
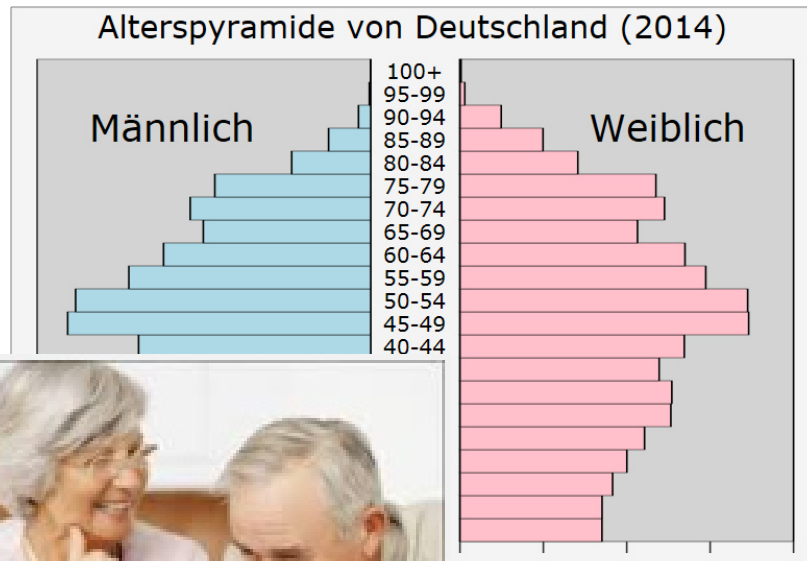
Daraus folgt:

Wahrscheinliche Vergrößerung des Anteils von 2-Personen-Haushalten am gesamten Seniorenwohnen

Aktuelles Wohnungsangebot mit Kleinstwohnungen mittelfristig vermutlich nur eingeschränkt geeignet

## Beispiel 2: Seniorenwohnen

### Analyse: Wo ist der Fehler?



### Verzerrung Alterspyramide:

Heutige Seniorenhaushalte: noch immer kriegsbedingte Männerunterzahl

Ab Alterskohorte < 75-79: etwa Gleichverteilung männlich / weiblich

Daraus folgt:

Wahrscheinliche Vergrößerung des Anteils von 2-Personen-Haushalten am gesamten Seniorenwohnen

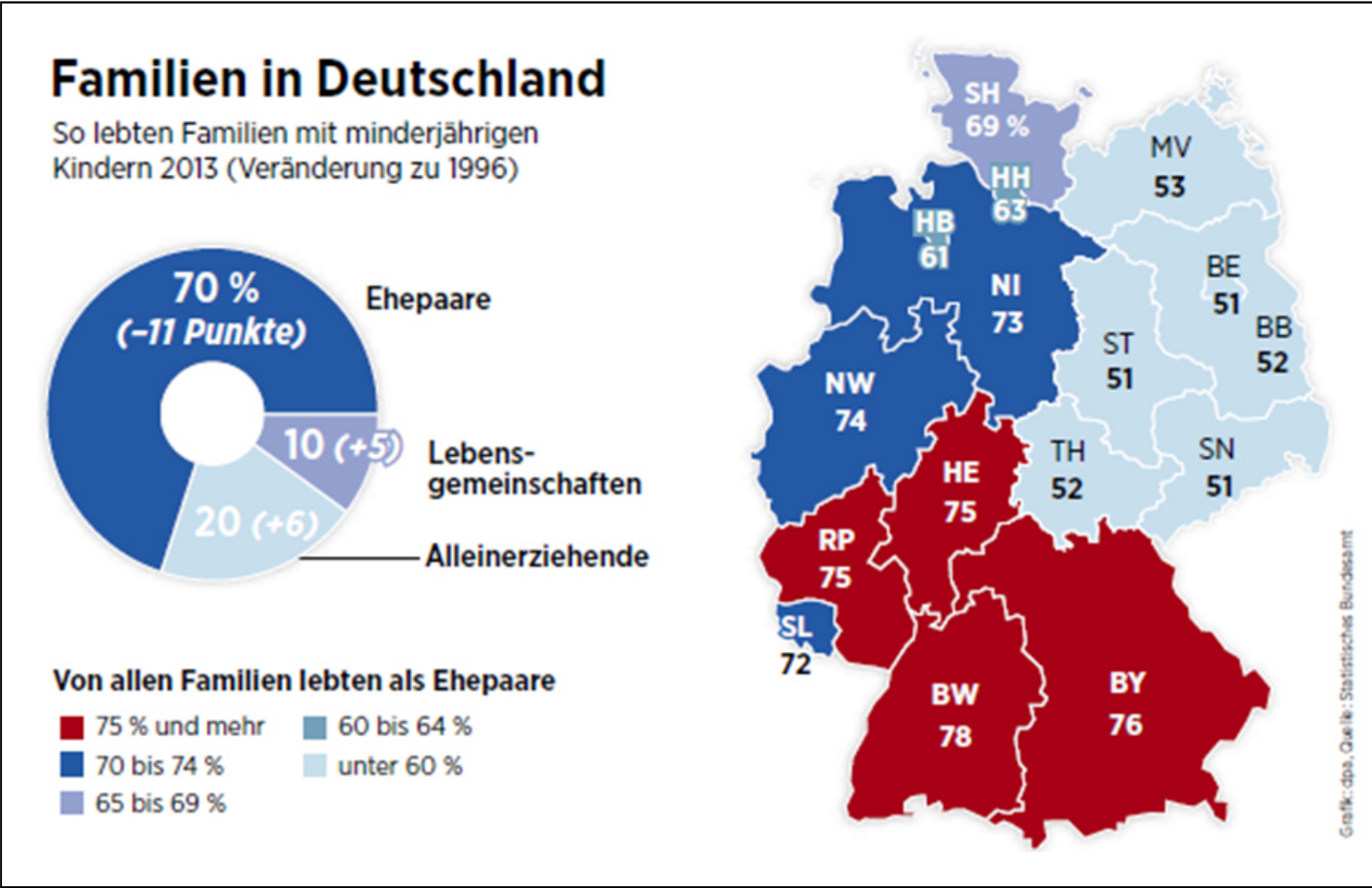
Aktuelles Wohnungsangebot mit Kleinstwohnungen mittelfristig vermutlich nur eingeschränkt geeignet

Aber:

Besondere Berücksichtigung Hochbetagter als neue signifikante Zielgruppe

## Beispiel 3: Familien

### Analyse: Bedeutungsverlust der klassischen Familie



## Zwischenfazit Zielgruppenorientierung:

- 1. Nicht jedes Lebenskonzept überdauert Bewirtschaftungszyklen oder gar Standzeiten von Immobilien**
- 2. Nicht jedes heute stark nachgefragte Produkt ist zukunftssträftig**
- 3. Nischenprodukte für Zielgruppen mit sehr niedrigem Marktanteil sind längerfristig eher wirtschaftlich risikobehaftet**
- 4. Die Herausbildung neuer und Verschiebungen der Gewichte zwischen vorhandenen Zielgruppen sind teilweise demographisch bedingt und deshalb längerfristig planbar**

## GdW-Wohntrends 2030: Basis

### Die Wohnprofile

Alter/ Haushaltstyp	Wohn- kaufkraft	konven- tionell	kommuni- kativ	häuslich	anspruchs- voll	bescheiden	funktional
Singles/Paare unter 30 Jahre	niedrig		21	31	41		
	mittel		22	32	42		
	hoch		22				
Singles/Paare 30-44 Jahre	niedrig						61
	mittel		22	33	42		61
	hoch		23	33	43		
Singles/Paare 45-64 Jahre	niedrig	11		34	44	51	62
	mittel	11	23	34	43	52	62
	hoch	11	23	34	43	52	
Singles/Paare ab 65 Jahre	niedrig	11			44	51	63
	mittel	11	23	34	43	51	63
	hoch	11			43	52	
Familien	niedrig		24	35	45	53	64
	mittel	11	24	35	45	53	64
	hoch		24	35	46		
Haushalte mit mehr als 2 Erwachsenen	niedrig		25	35	45	53	
	mittel	11	25	35	45	53	
	hoch			35	46		



## Die Wohnkonzepte 2013- Teil 1



### **Funktionales Wohnkonzept**

- & Hohe Unzufriedenheit
- & Geringe materielle Optionen
- & Nachfrage nach einfach ausgestatteten Wohnungen
- & Großer Wunsch nach Verbesserung
- & Hohe Mobilität



### **Anspruchsvolles Wohnkonzept**

- & Selbstverwirklichung, Individualismus
- & Optimierungsstreben und hohe Leistungsbereitschaft
- & Große Rolle Werthaltigkeit
- & Nachfrage nach Repräsentativität



### **Bescheidenes Wohnkonzept**

- & Geringe Ansprüche, nach innen gerichtetes Leben
- & Hohe Wichtigkeit Ordnung, Sauberkeit und Sicherheit
- & Nachfrage traditionell geprägt
- & Sehr hohe Verbundenheit
- & Klare Trennung Wohnen, Arbeiten und Öffentlichkeit

## Die Wohnkonzepte 2013- Teil 2



Häusliches  
Wohnkonzept

### Häusliches Wohnkonzept

- & Starke Innenorientierung
- & Gute Nachbarschaft, enger Bezug zu Freunden und Familie
- & Hoher Stellenwert von Sicherheit und Nachhaltigkeit
- & Starke Nutzenorientierung



Konventionelles  
Wohnkonzept

### Konventionelles Wohnkonzept

- & Hohe Lebenszufriedenheit, Anteilnahme am gesellschaftlichen und kulturellen Leben
- & Hohes Sicherheitsdenken und vorausschauende Lebensplanung
- & Wichtigkeit des praktischen Nutzens
- & Gute Qualität und hohe Funktionalität



Kommunikatives  
Wohnkonzept

### Kommunikatives Wohnkonzept

- & Stark außen orientiert
- & Dynamisch, flexibel, mobil
- & Hohe Toleranz und Offenheit
- & Wohnvorstellung wenig konkret mit hoher Kompromissbereitschaft bei jungen Haushalten



## GdW-Wohntrends 2030: Zielgruppenauswahl Mietwohnungsneubau 1. Abschichtung nach Mietzahlungsfähigkeit

Die Wohnprofile

Alter/ Haushaltstyp	Wohn- kaufkraft	konven- tionell	kommuni- kativ	häuslich	anspruchs- voll	bescheiden	funktional
Singles/Paare unter 30 Jahre	niedrig						
	mittel		22	32	42		
	hoch		22				
Singles/Paare 30-44 Jahre	niedrig						
	mittel		22	33	42		61
	hoch		23	33	43		
Singles/Paare 45-64 Jahre	niedrig			34			
	mittel	11	23	34	43	52	62
	hoch	11	23	34	43	52	
Singles/Paare ab 65 Jahre	niedrig						
	mittel	11	23	34	43	51	63
	hoch	11			43	52	
Familien	niedrig			35			
	mittel	11	24	35	45	53	64
	hoch		24	35	46		
Haushalte mit mehr als 2 Erwachsenen	niedrig						
	mittel	11	25	35	45	53	
	hoch			35	46		

## GdW-Wohntrends 2030: Zielgruppenauswahl Mietwohnungsneubau 2. Abschichtung nach Nachfragepräferenz

Die Wohnprofile

Alter/ Haushaltstyp	Wohn- kaufkraft	konven- tionell	kommuni- kativ	häuslich	anspruchs- voll	bescheiden	funktional
Singles/Paare unter 30 Jahre	niedrig						
	mittel		22	32	42		
	hoch		22				
Singles/Paare 30-44 Jahre	niedrig						
	mittel		22	33	42		
	hoch		23	33	43		
Singles/Paare 45-64 Jahre	niedrig			34			
	mittel	11	23	34	43		
	hoch	11	23	34	43		
Singles/Paare ab 65 Jahre	niedrig						
	mittel	11	23	34	43		
	hoch	11			43		
Familien	niedrig			35			
	mittel	11	24	35	45		
	hoch		24	35	46		
Haushalte mit mehr als 2 Erwachsenen	niedrig						
	mittel	11	25	35	45		
	hoch			35	46		

## GdW-Wohntrends 2030: Zielgruppenauswahl Mietwohnungsneubau 3. Abschichtung nach Größe und Bedeutung

Die Wohnprofile

Alter/ Haushaltstyp	Wohn- kaufkraft	konven- tionell	kommuni- kativ	häuslich	anspruchs- voll	bescheiden	funktional
Singles/Paare unter 30 Jahre							
Singles/Paare 30-44 Jahre	niedrig						
	mittel		22	33	42		
	hoch		23	33	43		
Singles/Paare 45-64 Jahre	niedrig			34			
	mittel	11	23	34	43		
	hoch	11	23	34	43		
Singles/Paare ab 65 Jahre	niedrig						
	mittel	11	23	34	43		
	hoch	11					
Familien	niedrig			35	45		
	mittel	11		35	45		
	hoch			35	46		
Haushalte mit mehr als 2 Erwachsenen							

<b>Ansprüche Wohnung Zielgruppenmix / Gemeinsamkeiten</b>		
<b>Nachfragergruppen</b>	<b>Anspruchsvolle</b> 1- und 2-PHH ab 45 Jahre, bis 10 % Familien; mittlere bis hohe Wohnkaufkraft	<b>Kommunikative</b> 1- und 2-PHH 45-65 Jahre; mittlere bis hohe Wohnkaufkraft
<b>Charakter des Umfeldes</b>	Angesehene auch szenige Innenstadtlagen mit guter Anbindung, durchgrünt, ordentlich, sauber und sicher sowie hoher Freizeitwert; für anspruchsvolle eher ruhig	
<b>Freiraum</b>	Großzügige Terrasse oder Balkon Ggf. eigener Garten Gemeinschaftsflächen eher repräsentativ, weniger zur Nutzung	
<b>Ausstattung Gebäude / energetischer Standard</b>	Großzügiges bis repräsentatives Erscheinungsbild Großzügige Verkehrsflächen Barrierefrei, Fahrstuhl Energieeffizienz entspr. EnEV 2014	

## Ansprüche Wohnung Zielgruppenmix / Vergleich Wohnung, Wohnräume

<b>Wohnungscharakter</b>	Individuell, modern, hochwertig, groß, repräsentativ, ruhig	modern, groß, offen, individuell
<b>Grundstruktur der Wohnung</b>	Moderne/individuelle Grundrisse Normale bis gehobene Qualitäten Große Wohnung Mix: 30-40 % 2-RW; 50-60 % 3-RW; 10-20 % 4+-RW	Moderne/individuelle Grundrisse Normale bis gehobene Qualitäten Mittlere bis große Wohnung Mix: 40-60 % 2-RW; 40-60 % 3-RW
<b>Wohnzonen</b>	Hohe Bedeutung von Arbeit, Kommunikation, Wellness Starke funktionale Trennung der Wohnzonen	Hohe Bedeutung von Kommunikation und Wellness Überlagerung der Wohnzonen möglich
<b>Wohnräume</b>	Repräsentative, große Wohnzimmer (ab 25 m <sup>2</sup> ) Große Schlafzimmer (ab 17 m <sup>2</sup> ) Arbeits-/Gästezimmer (ab 13 m <sup>2</sup> ) Ggf. große Kinderzimmer (ab 15 m <sup>2</sup> )	Große Wohnzimmer (ab 25 m <sup>2</sup> ) Normales Schlafzimmer (um 15 m <sup>2</sup> ) Arbeits-/Gästezimmer (um 12 m <sup>2</sup> )



## Ansprüche Wohnung Zielgruppenmix / Vergleich Nebenräume, Haustechnik

<b>Bad/Sanitär</b>	Wellnesscharakter Großzügiges Vollbad (ab 8 m <sup>2</sup> ) Hochwertige Ausstattungselemente Altersgerecht vorbereitet Gäste-WC	Wellnesscharakter Großzügiges Vollbad (ab 8 m <sup>2</sup> ) Normale bis hochwertige Ausstattung Variante mit Gäste-WC
<b>Küche</b>	Große geschlossene Küchen (ab 10 m <sup>2</sup> ) Keine offenen Küchen	Große Küchen (ab 10 m <sup>2</sup> ) Auch offene Küchen möglich (Anteil <30 %)
<b>Logistik</b>	Hauswirtschaftsraum mit Anschlüssen für Waschmaschine Stellplatz außerhalb der Wohnung Pkw-Stellplatz ggf. eigene Garage	Abstellfläche in Wohnung (möglichst Hauswirtschaftsraum) Stellplatz außerhalb der Wohnung Pkw-Stellplatz
<b>Technik / Ökologie / energetischer Standard</b>	Vorbereitung für wohnungseigenes Netz- werk  Ggf. technische Möglichkeiten zur Steue- rung Heizung/Belüftung usw.	Vorbereitung für wohnungseigenes Netz- werk

**Zwischenfazit Zielgruppenorientierung:**

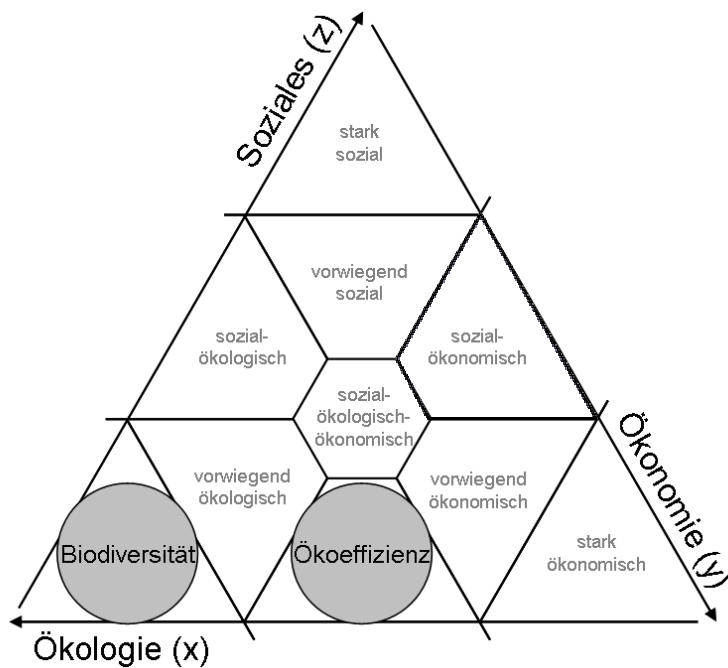
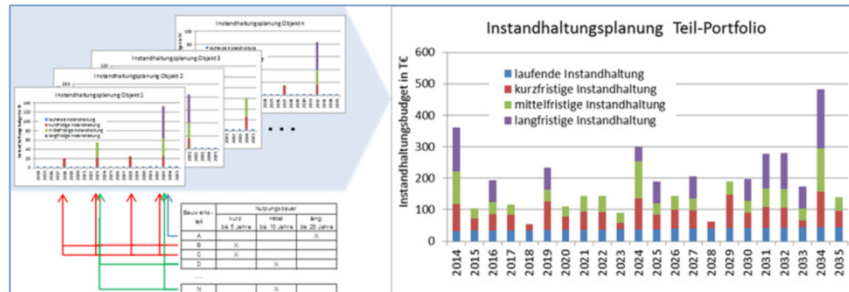
**Frage: Ist das festgestellte Bevölkerungswachstum allein ein ausreichendes Kriterium für eine Investitionsentscheidung?**

**Antwort: Nein.**

**Qualitative und auf längerfristige Zielgruppenbedarfe ausgerichtete Wohnungsangebote nehmen an Bedeutung zu.**

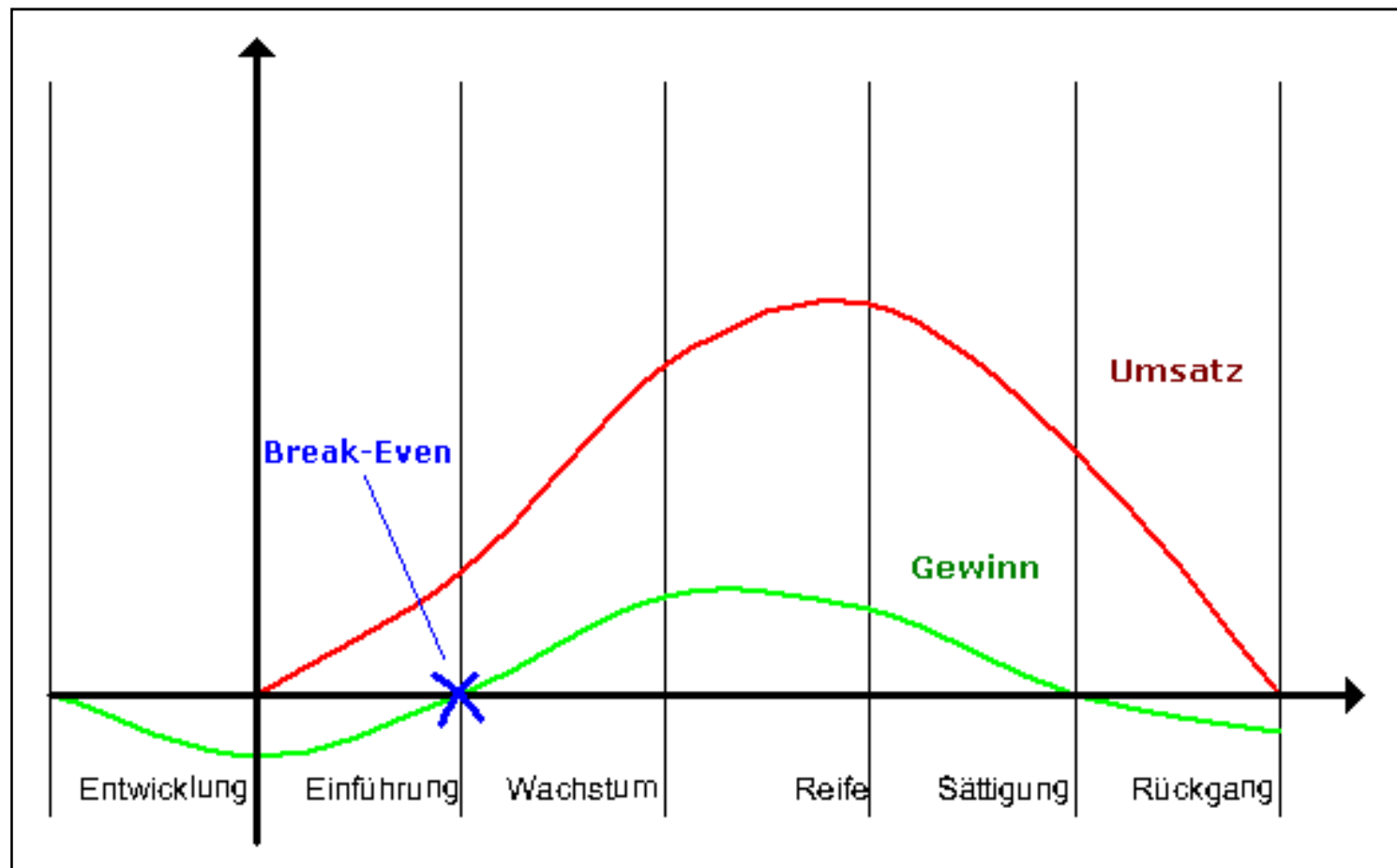
**Unter Berücksichtigung der wahrscheinlichen (auch künftigen) Wohnungsnachfrage von Zielgruppen kann Wohnungsneubau selbst in schrumpfenden Märkten chancenreich i.S.v. rentabel sein.**

# Dimension Wirtschaftlichkeit



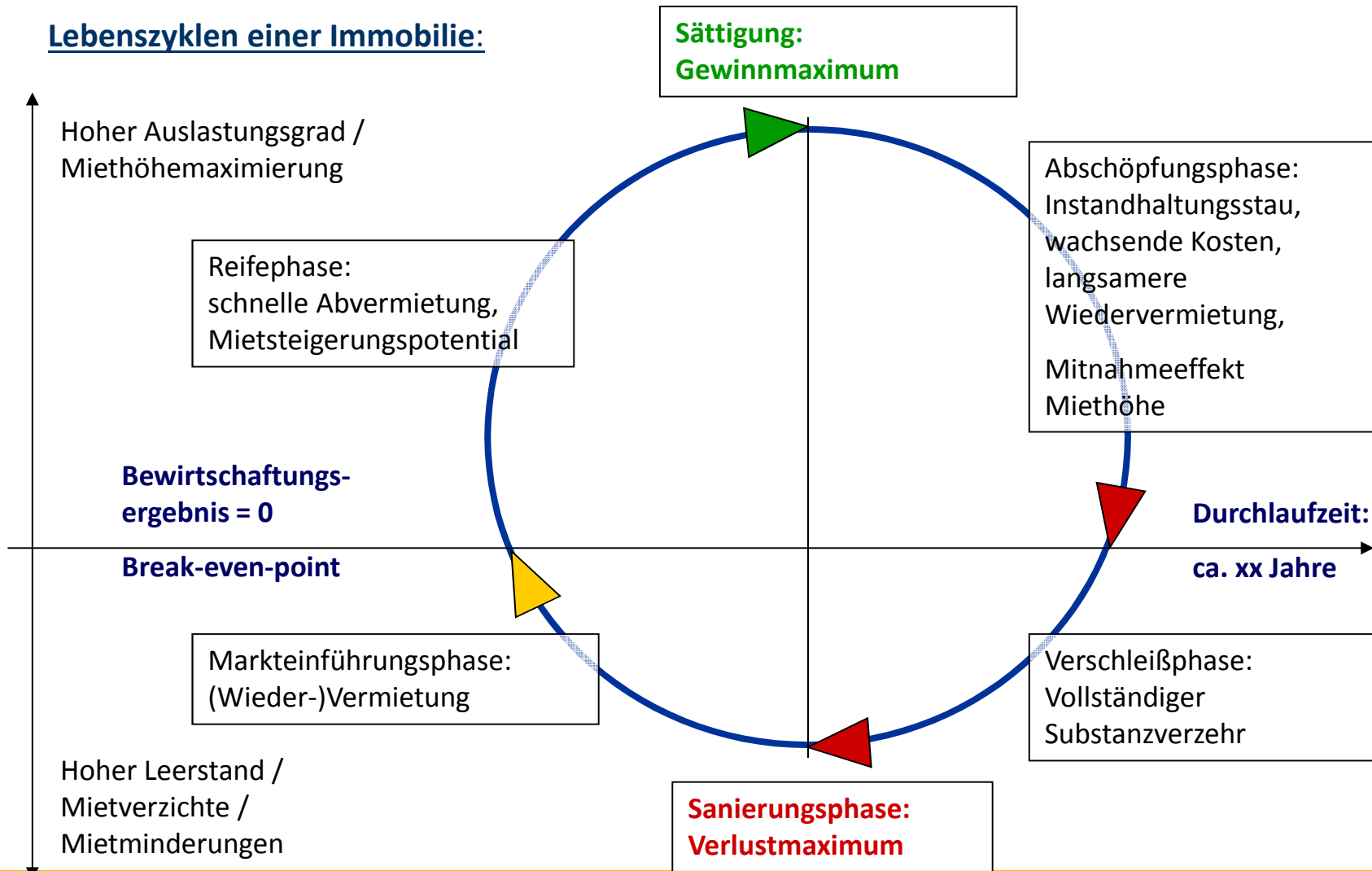


## Produkt-Lebenszyklus



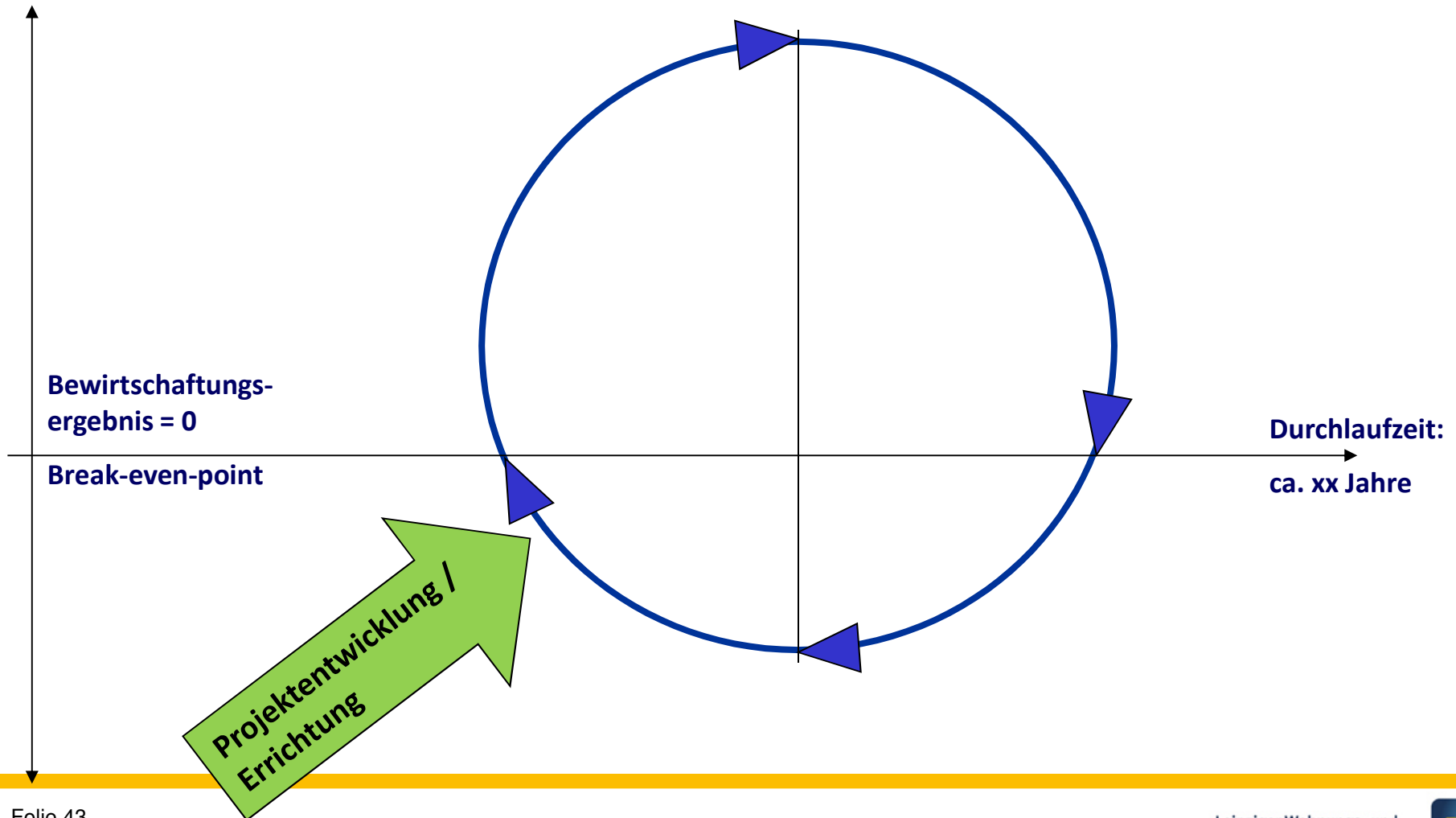
## Immobilien-Lebenszyklen

### Lebenszyklen einer Immobilie:

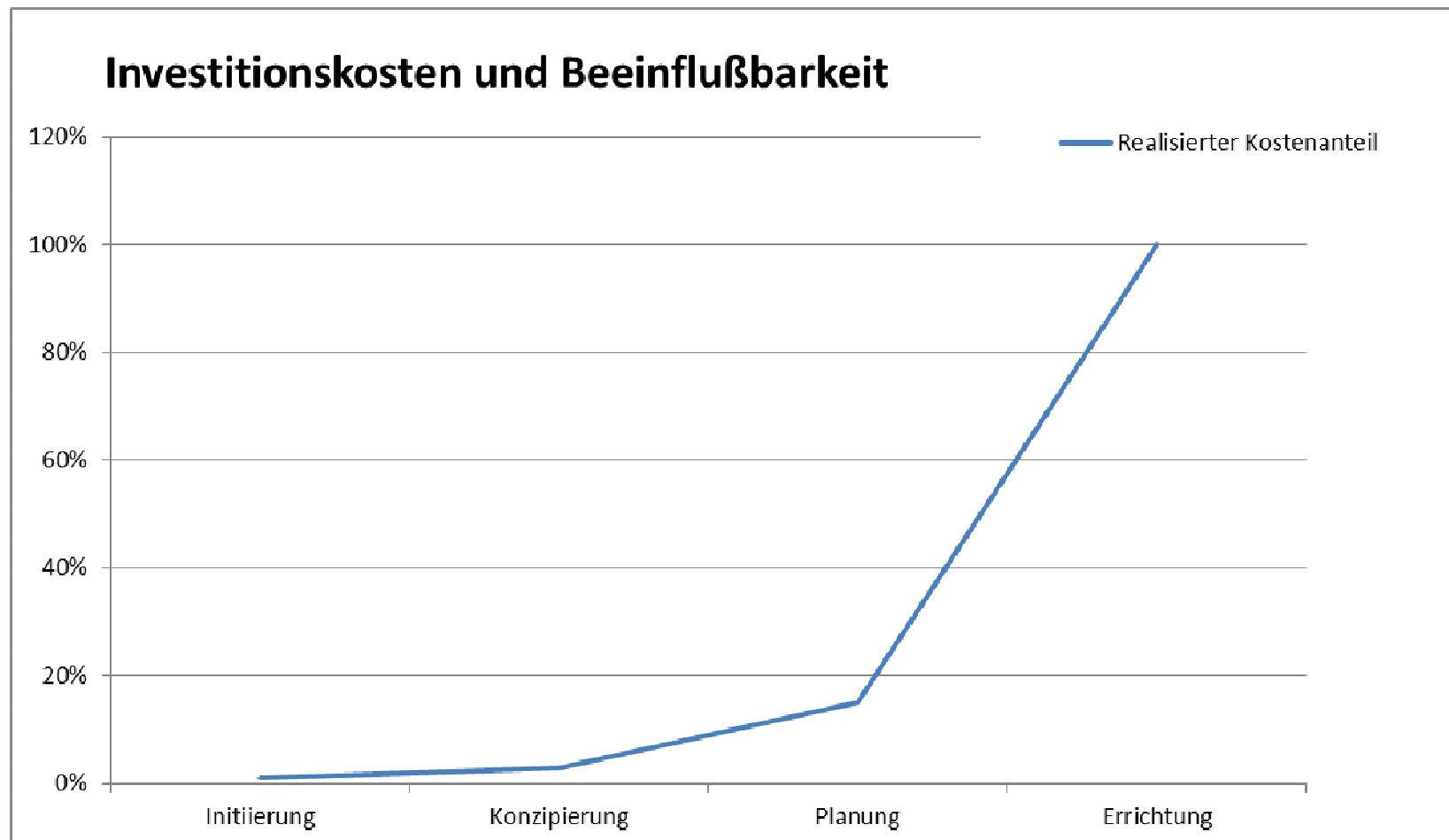


## Immobilien-Lebenszyklen

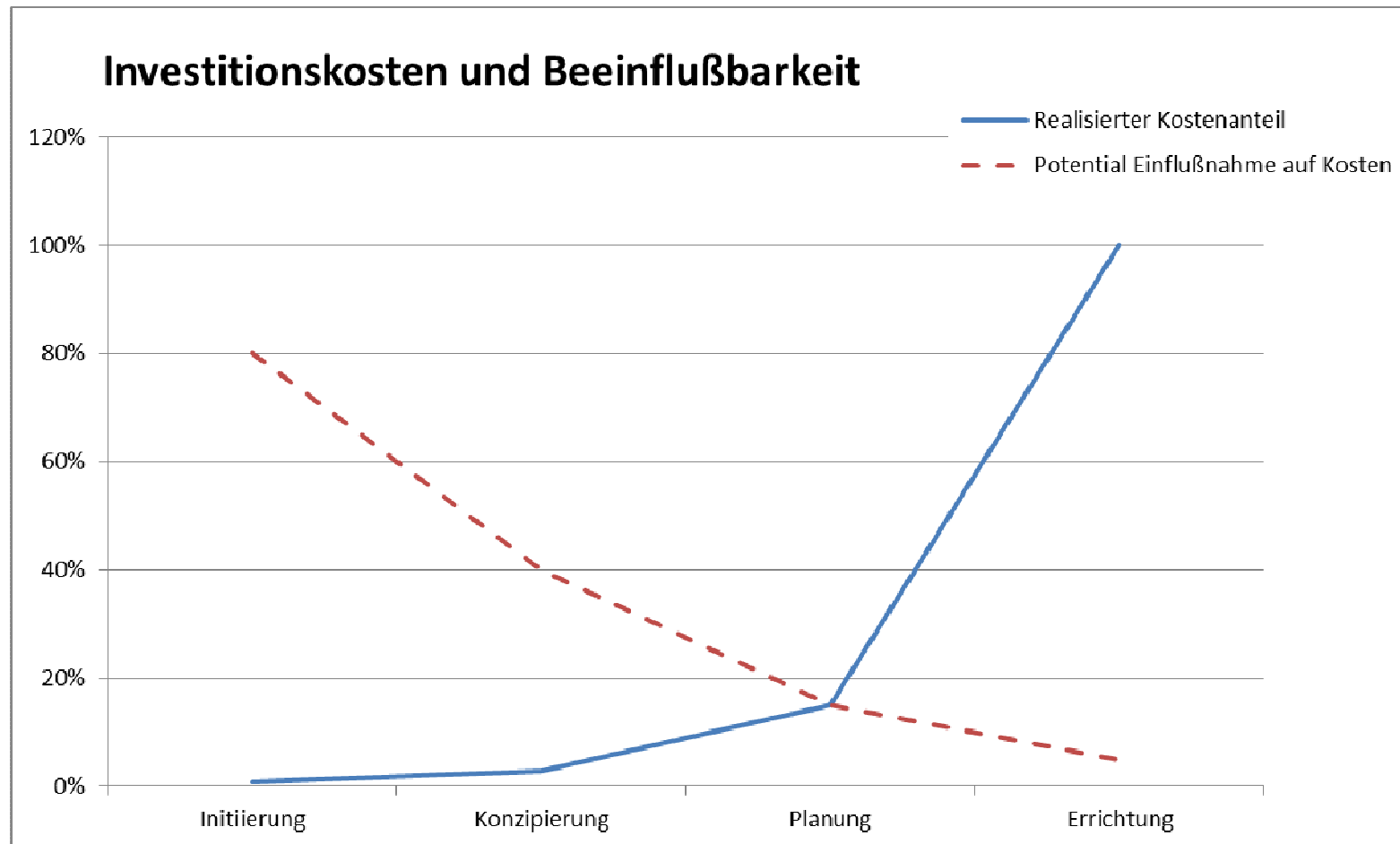
### Lebenszyklen einer Immobilie:



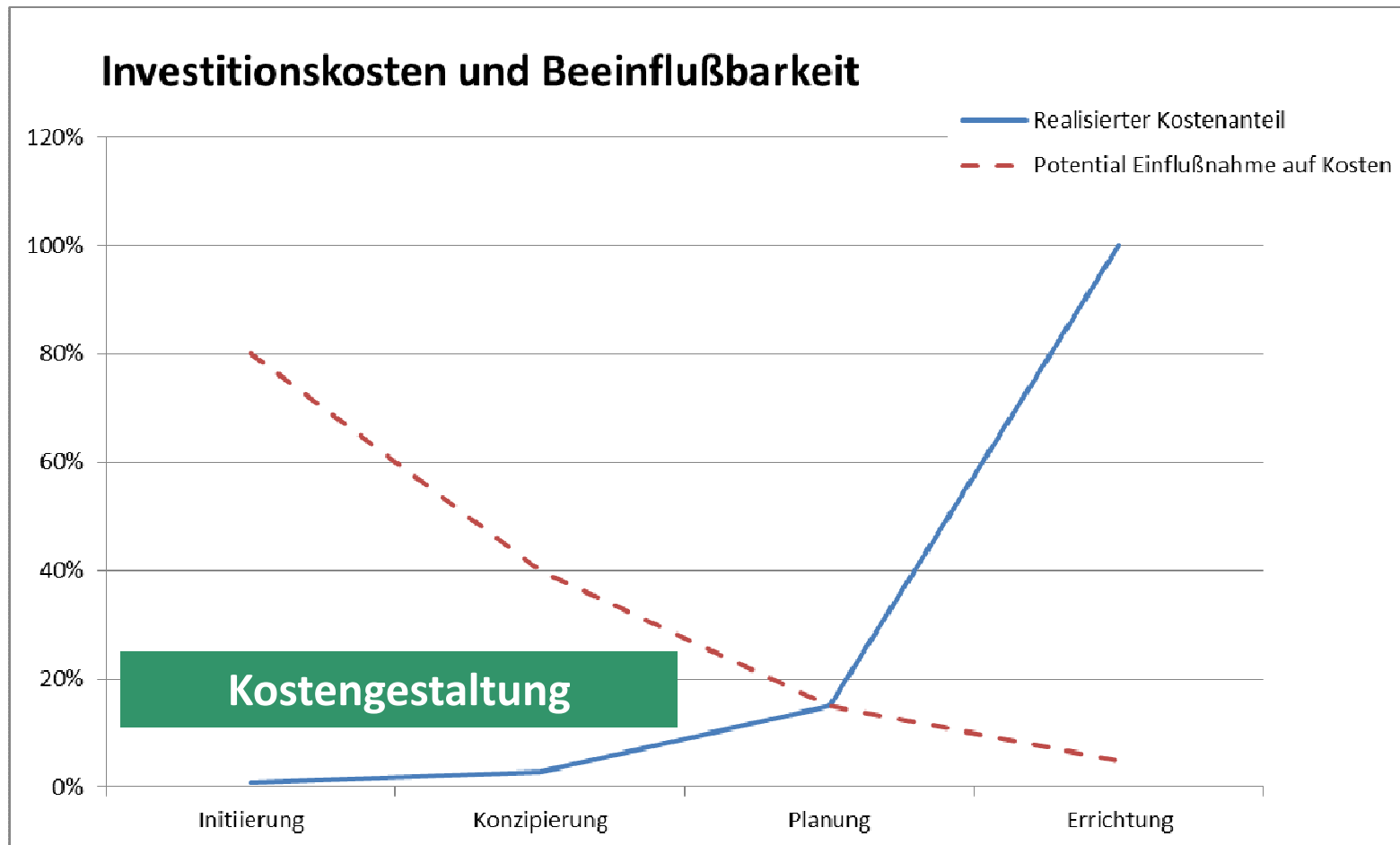
## Projektentwicklungskosten und Kostenbeeinflußbarkeit:



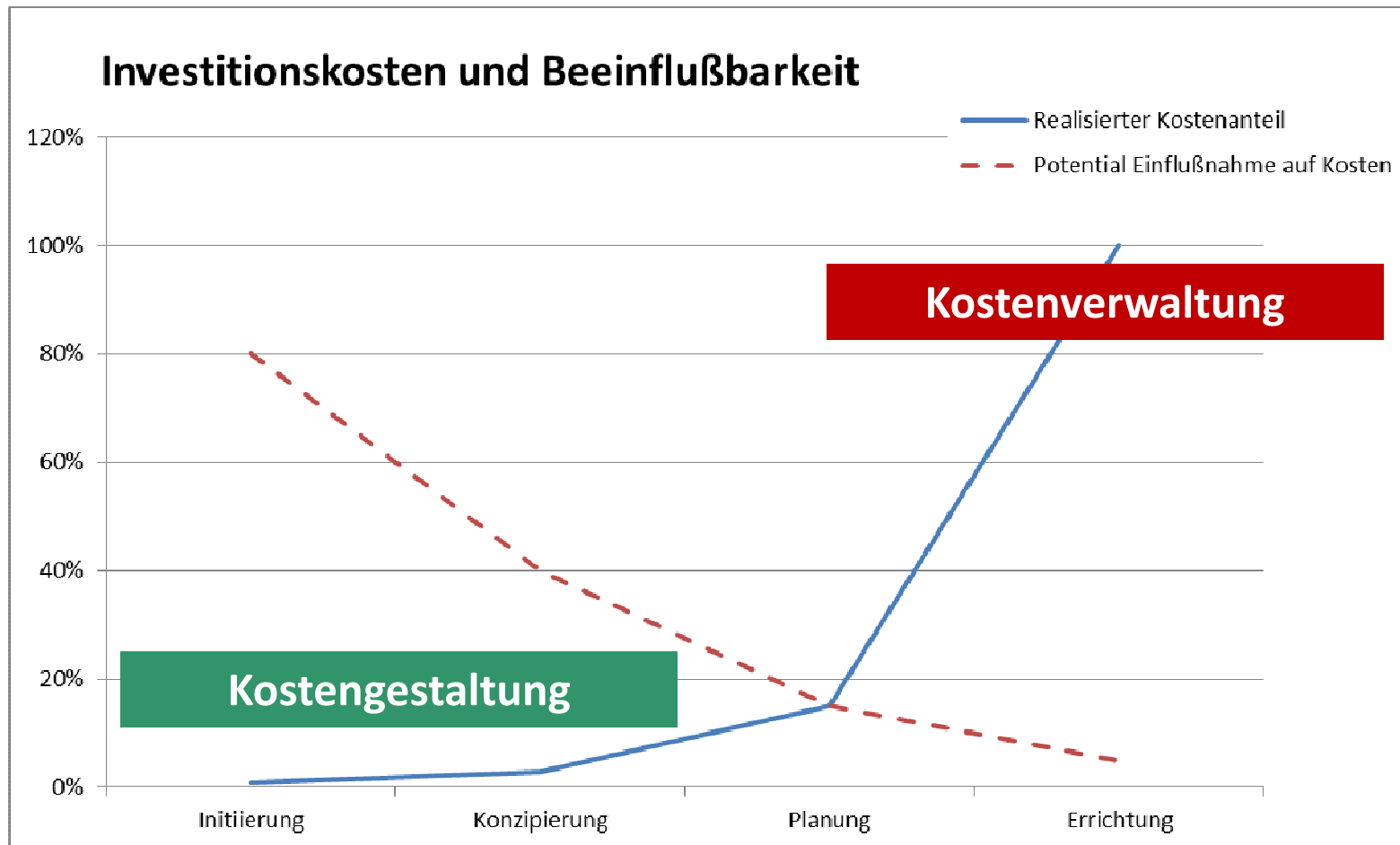
## Projektentwicklungskosten und Kostenbeeinflußbarkeit:



## Projektentwicklungskosten und Kostenbeeinflußbarkeit:



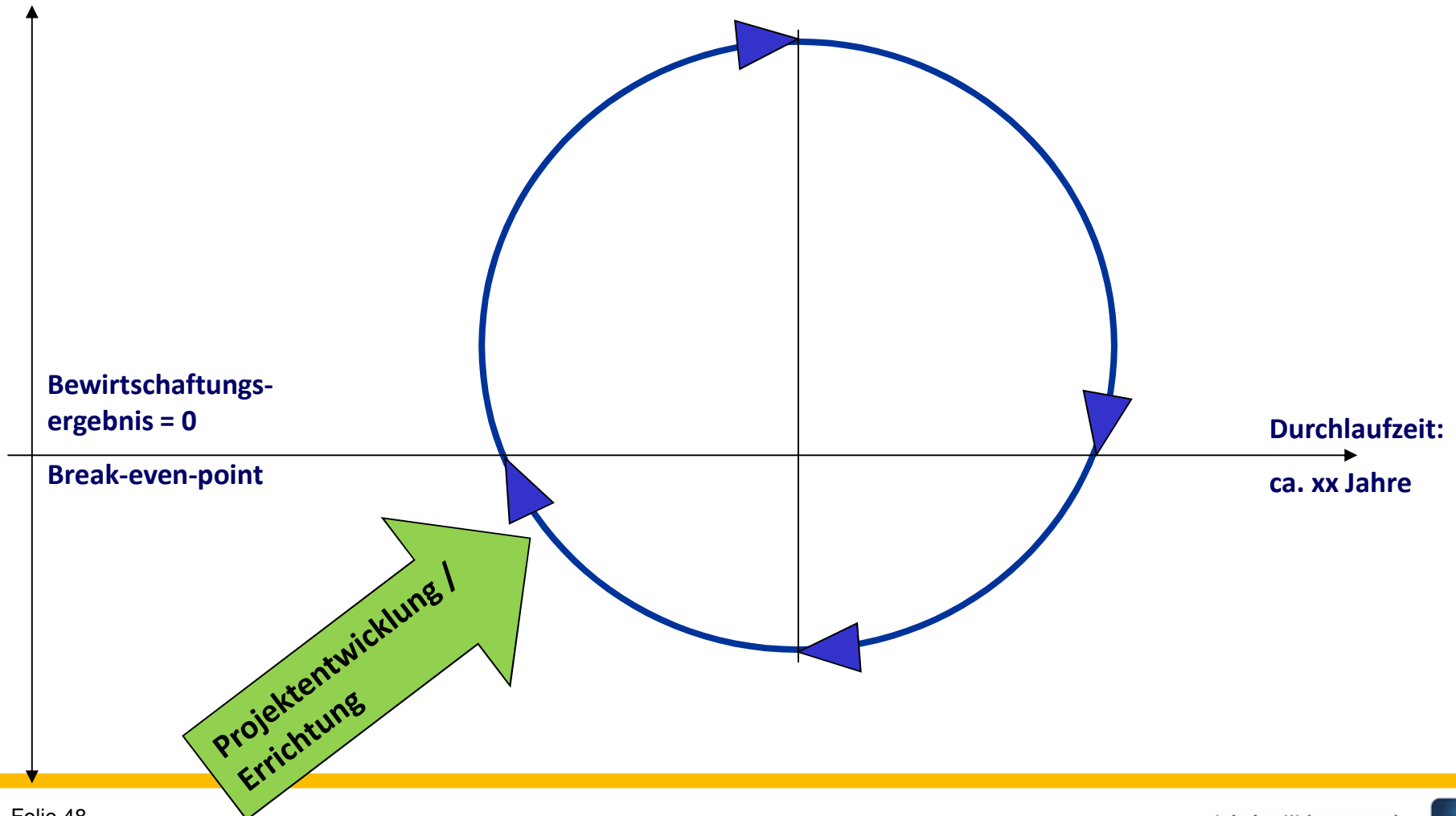
## Projektentwicklungskosten und Kostenbeeinflußbarkeit:





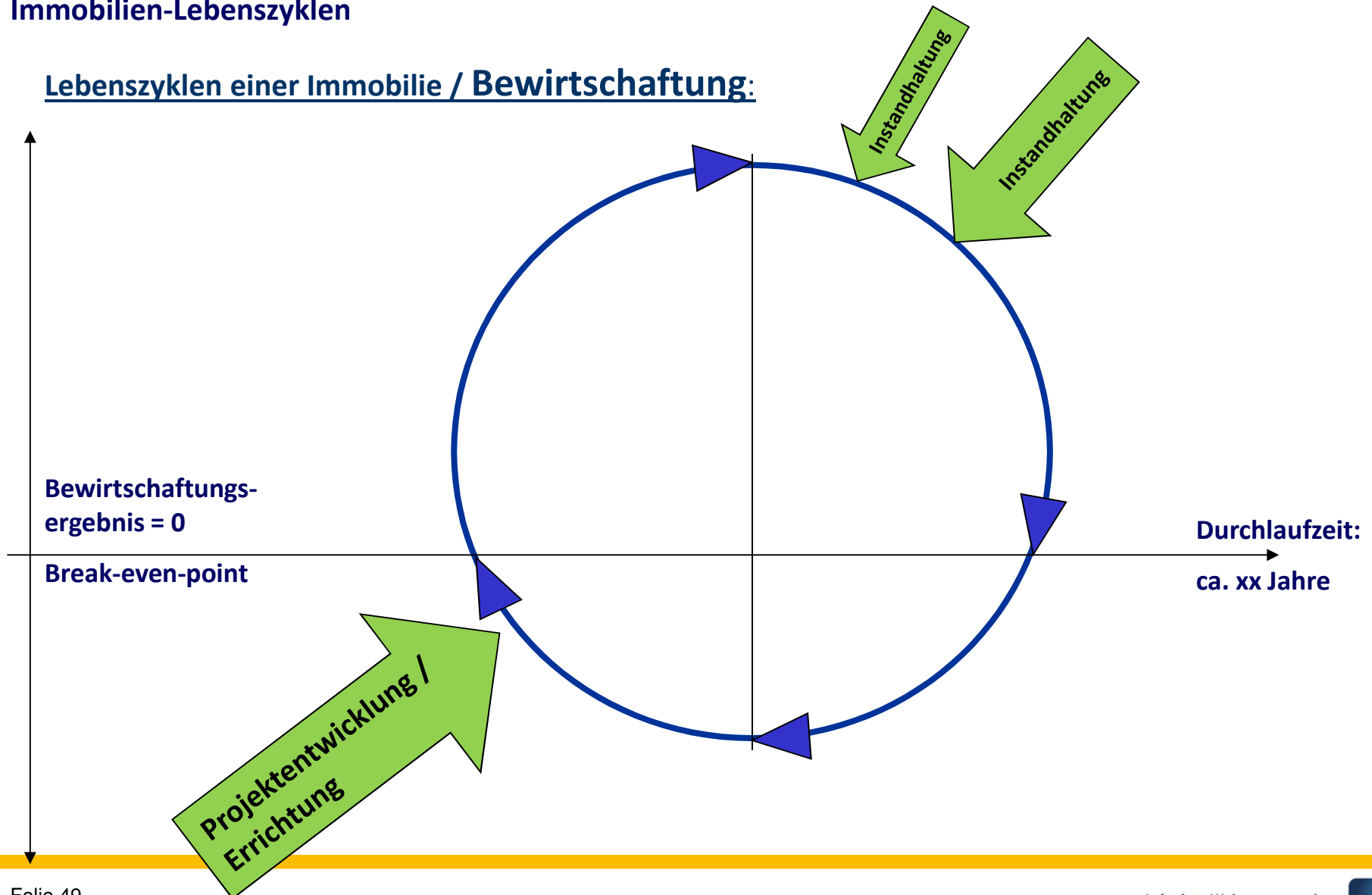
## Immobilien-Lebenszyklen

### Lebenszyklen einer Immobilie / **Investition:**



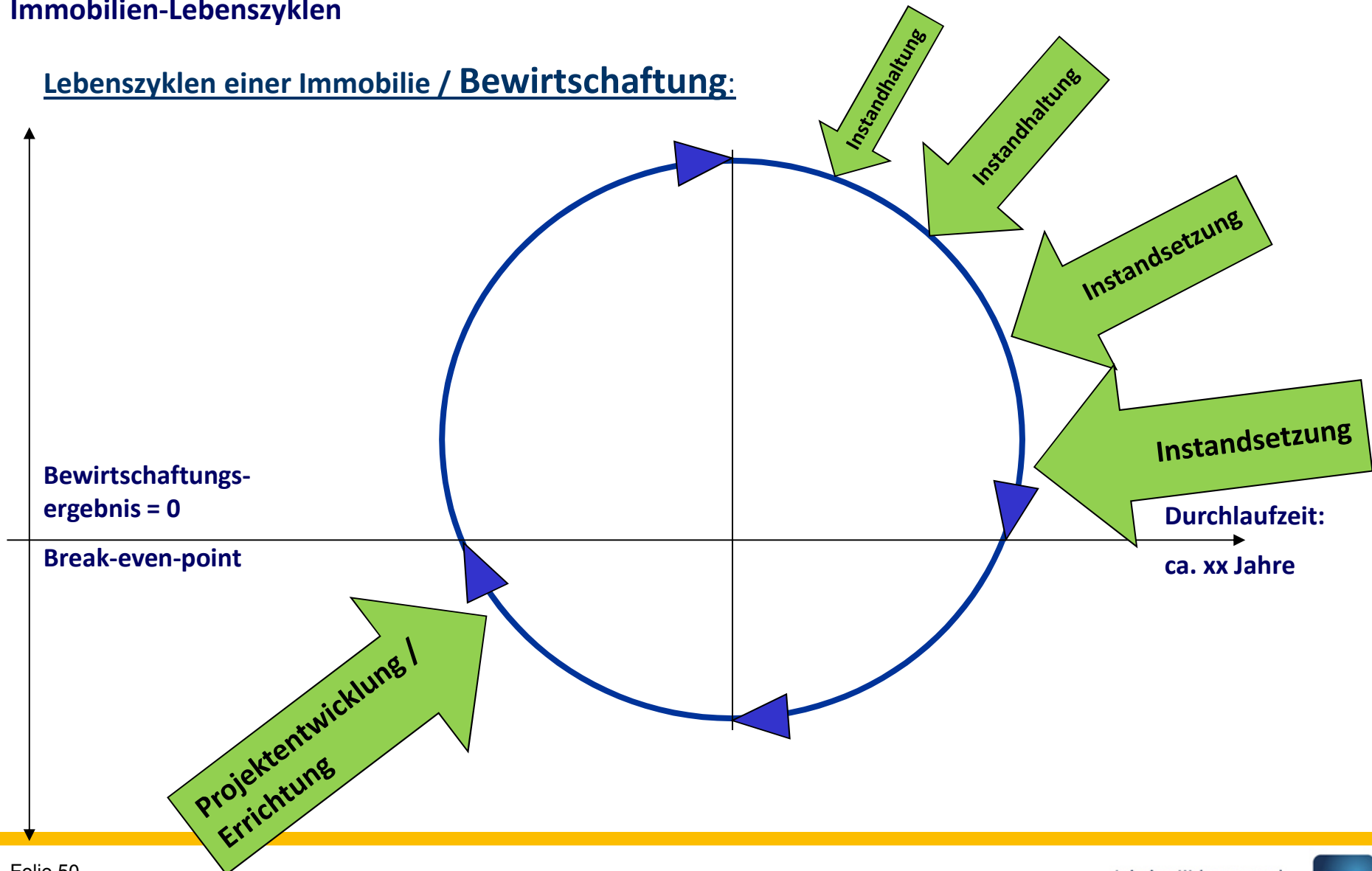
## Immobilien-Lebenszyklen

### Lebenszyklen einer Immobilie / Bewirtschaftung:



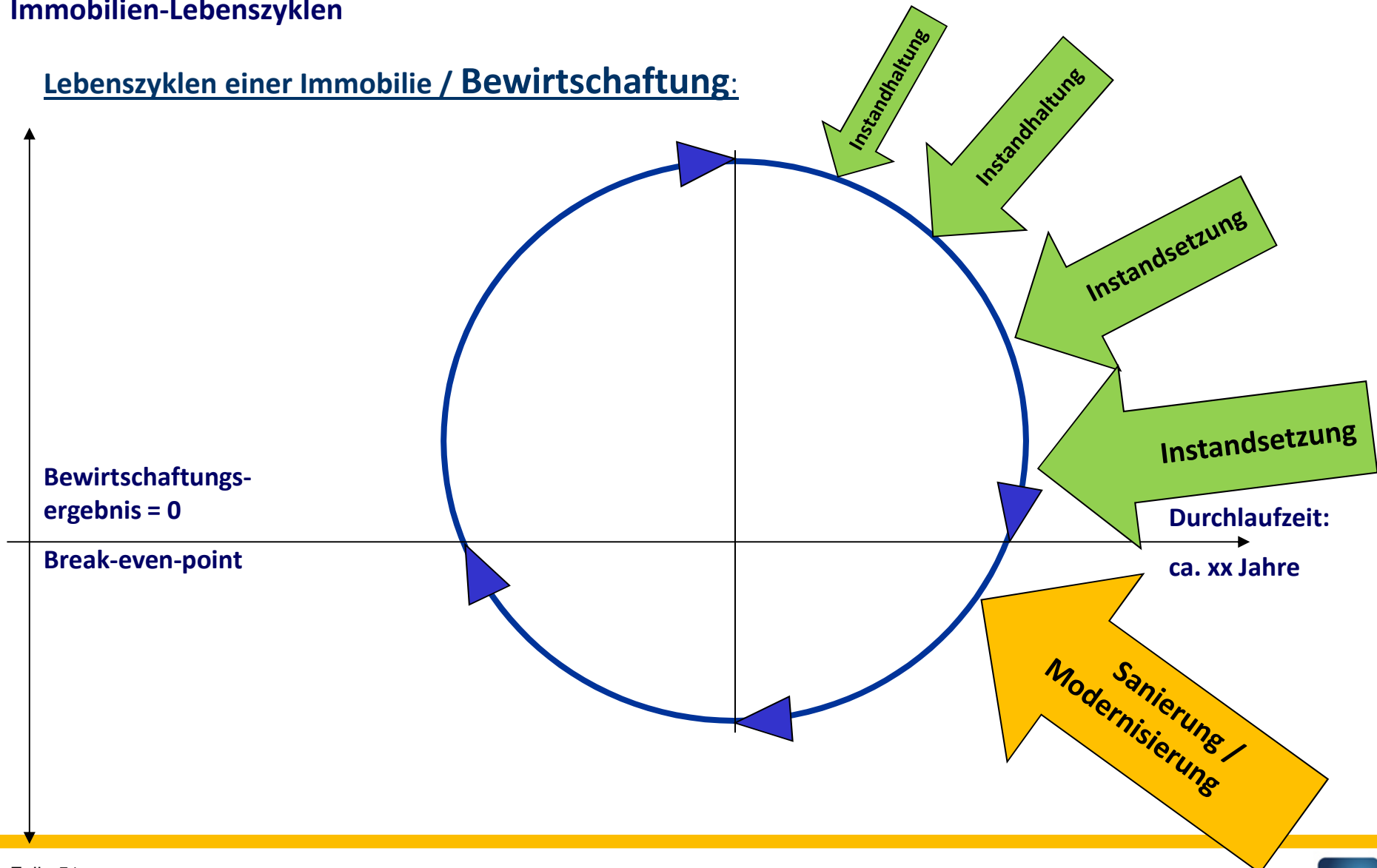
## Immobilien-Lebenszyklen

### Lebenszyklen einer Immobilie / Bewirtschaftung:



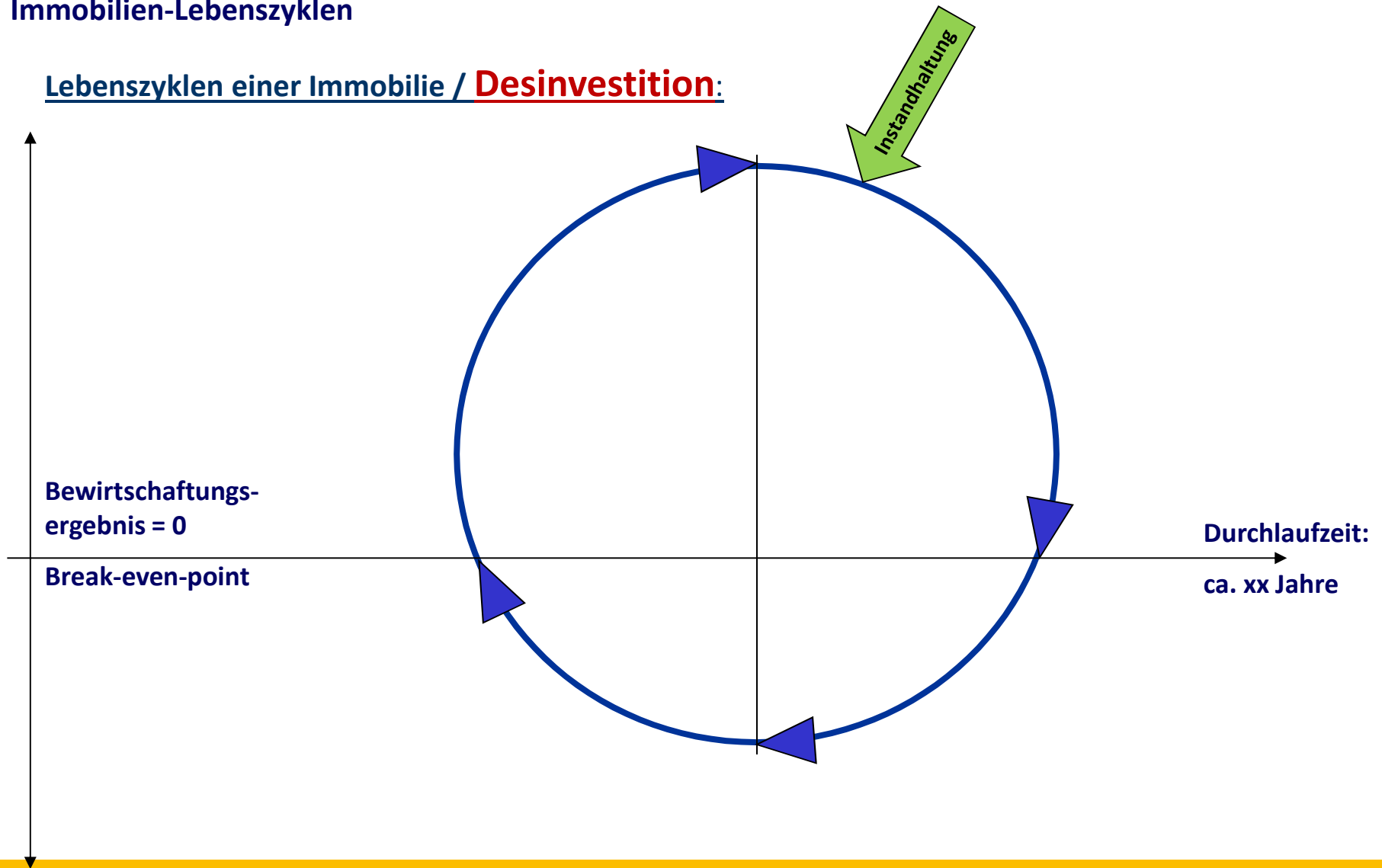
## Immobilien-Lebenszyklen

### Lebenszyklen einer Immobilie / Bewirtschaftung:



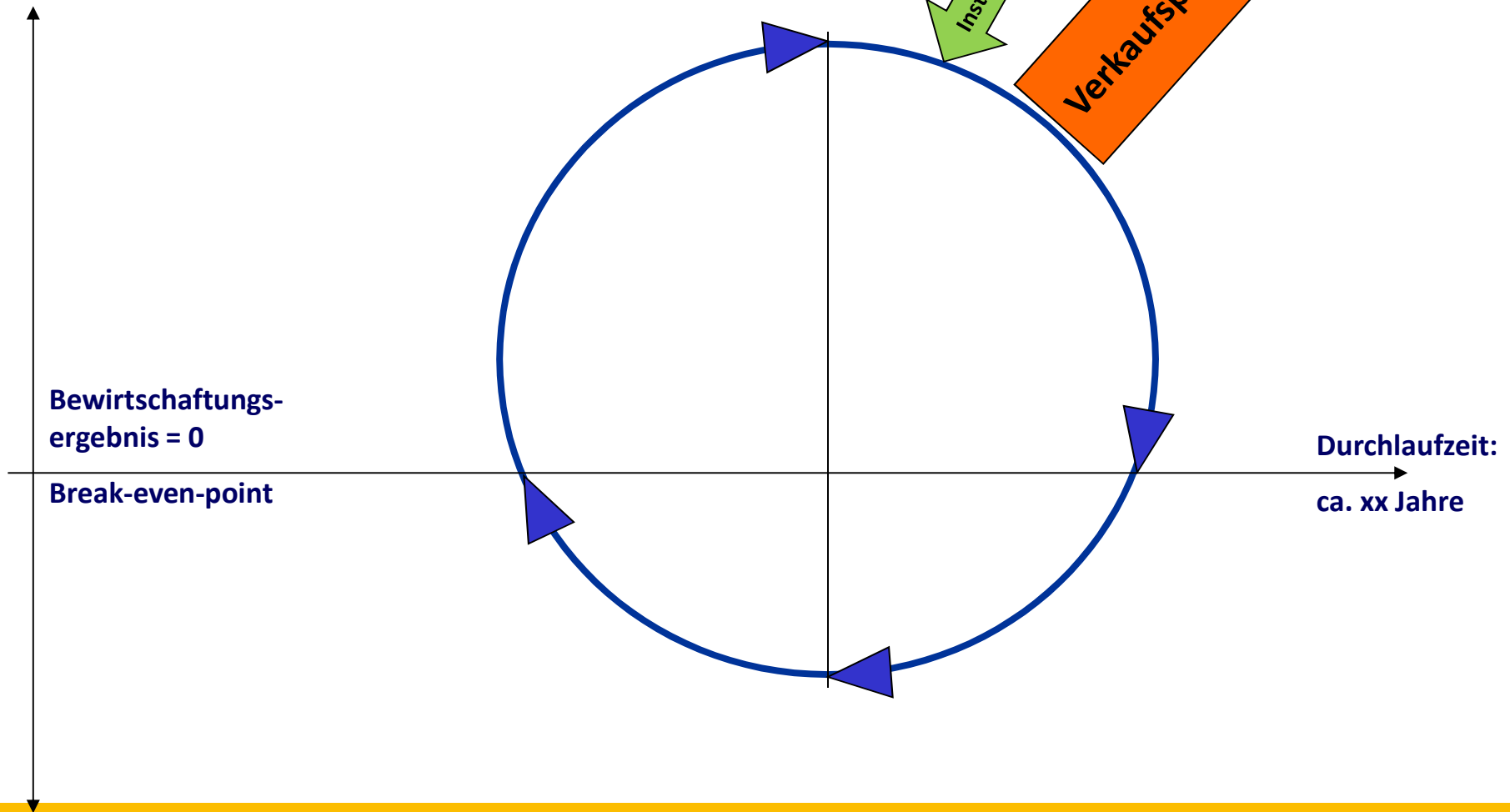
## Immobilien-Lebenszyklen

### Lebenszyklen einer Immobilie / **Desinvestition:**



## Immobilien-Lebenszyklen

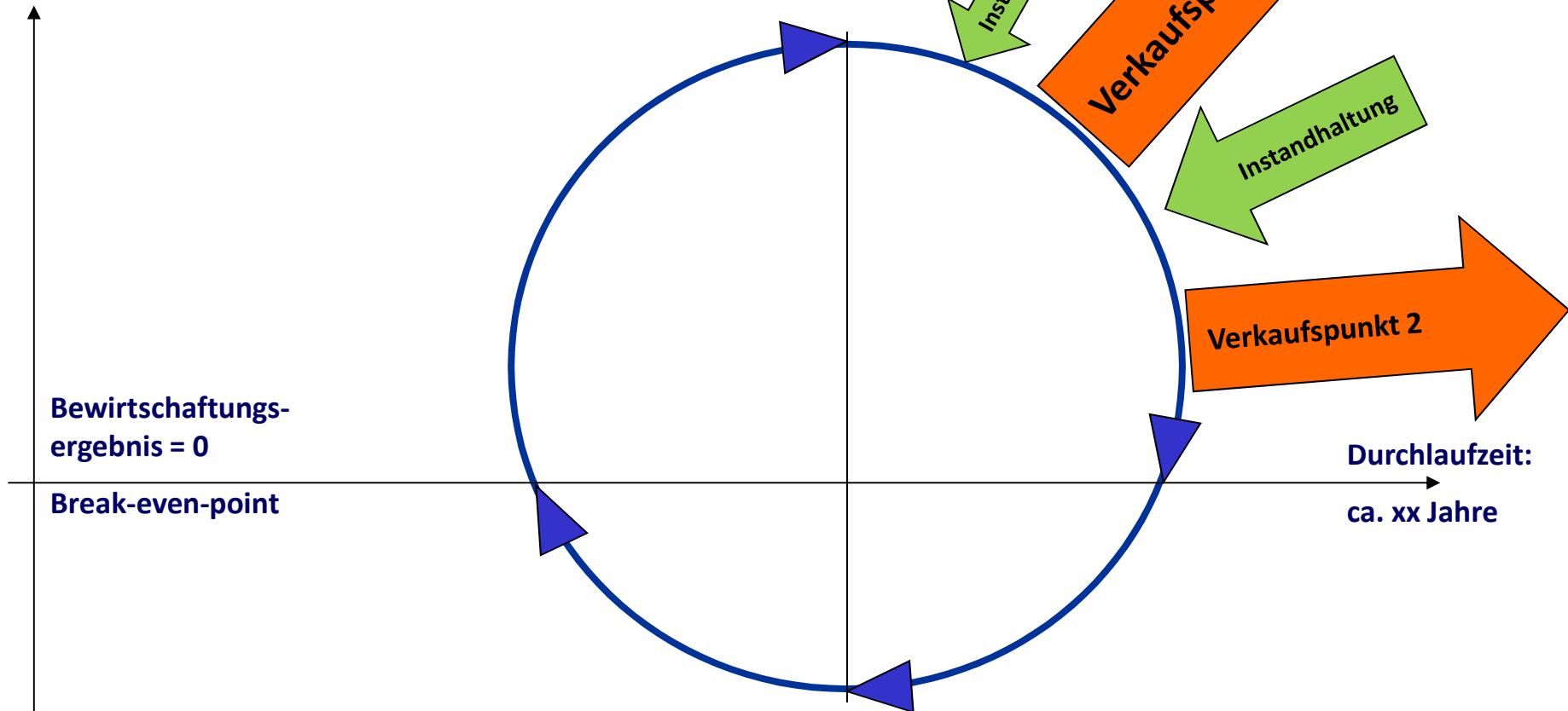
### Lebenszyklen einer Immobilie / Desinvestition:





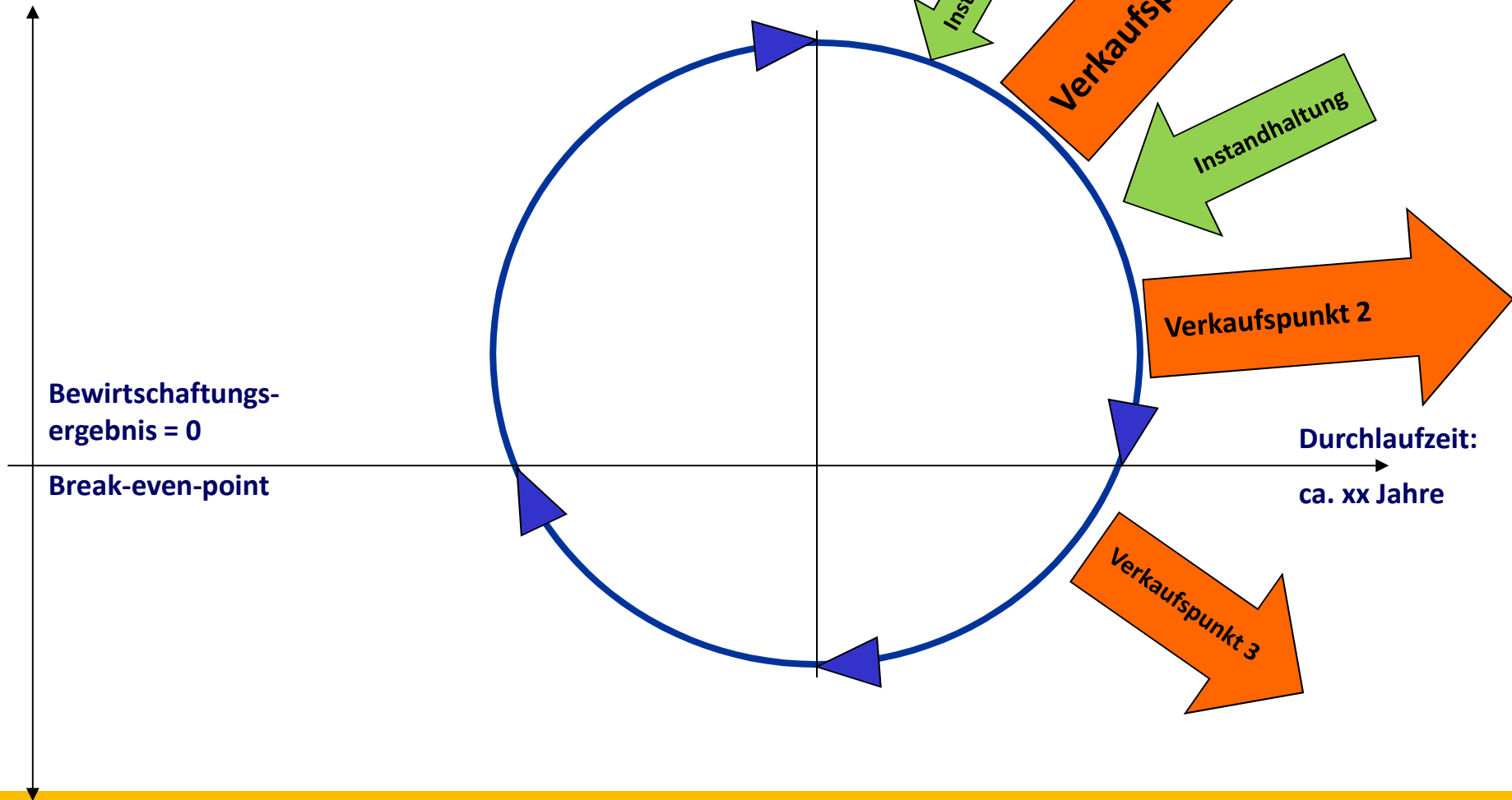
## Immobilien-Lebenszyklen

### Lebenszyklen einer Immobilie / **Desinvestition:**



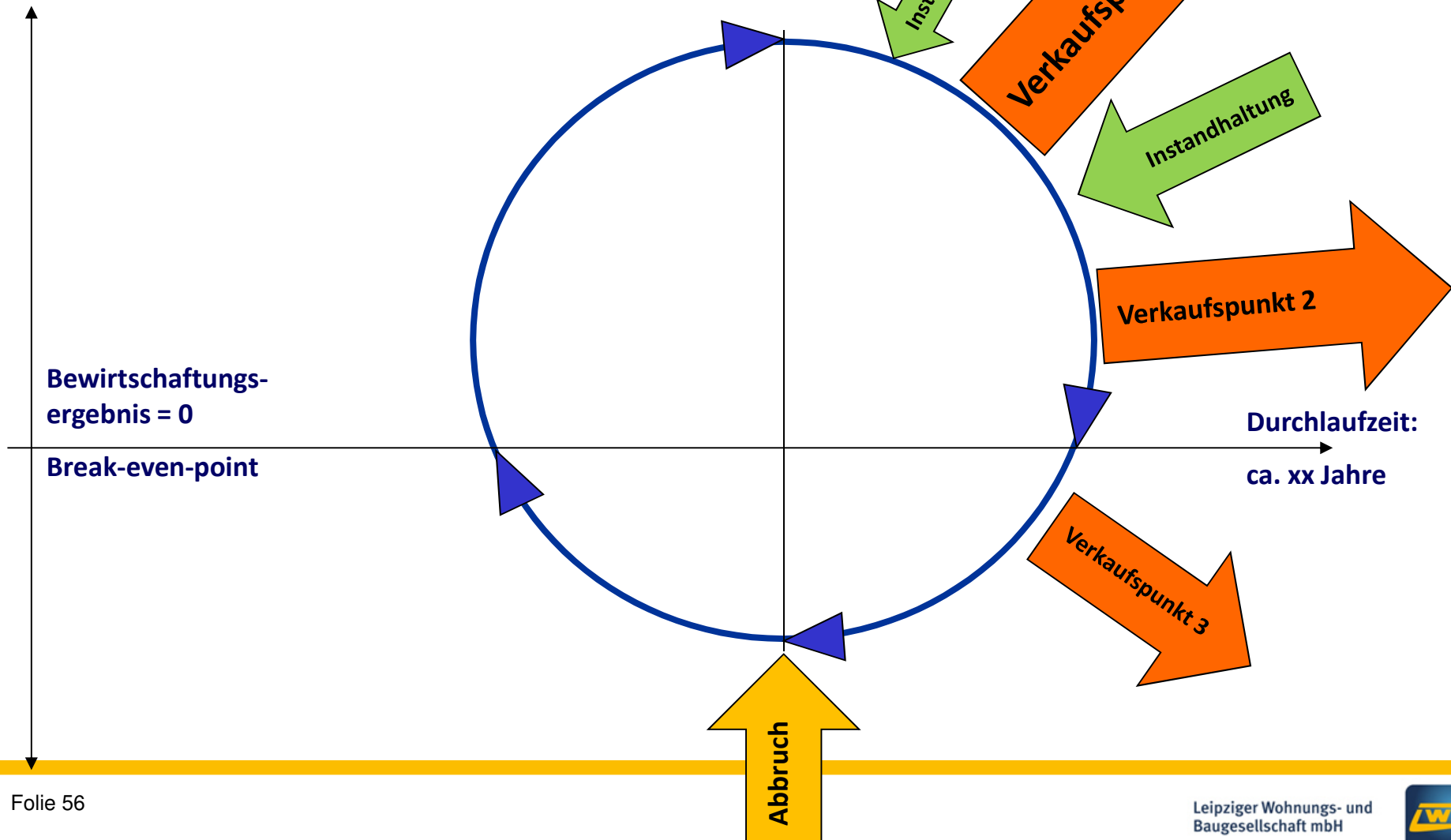
## Immobilien-Lebenszyklen

### Lebenszyklen einer Immobilie / Desinvestition:



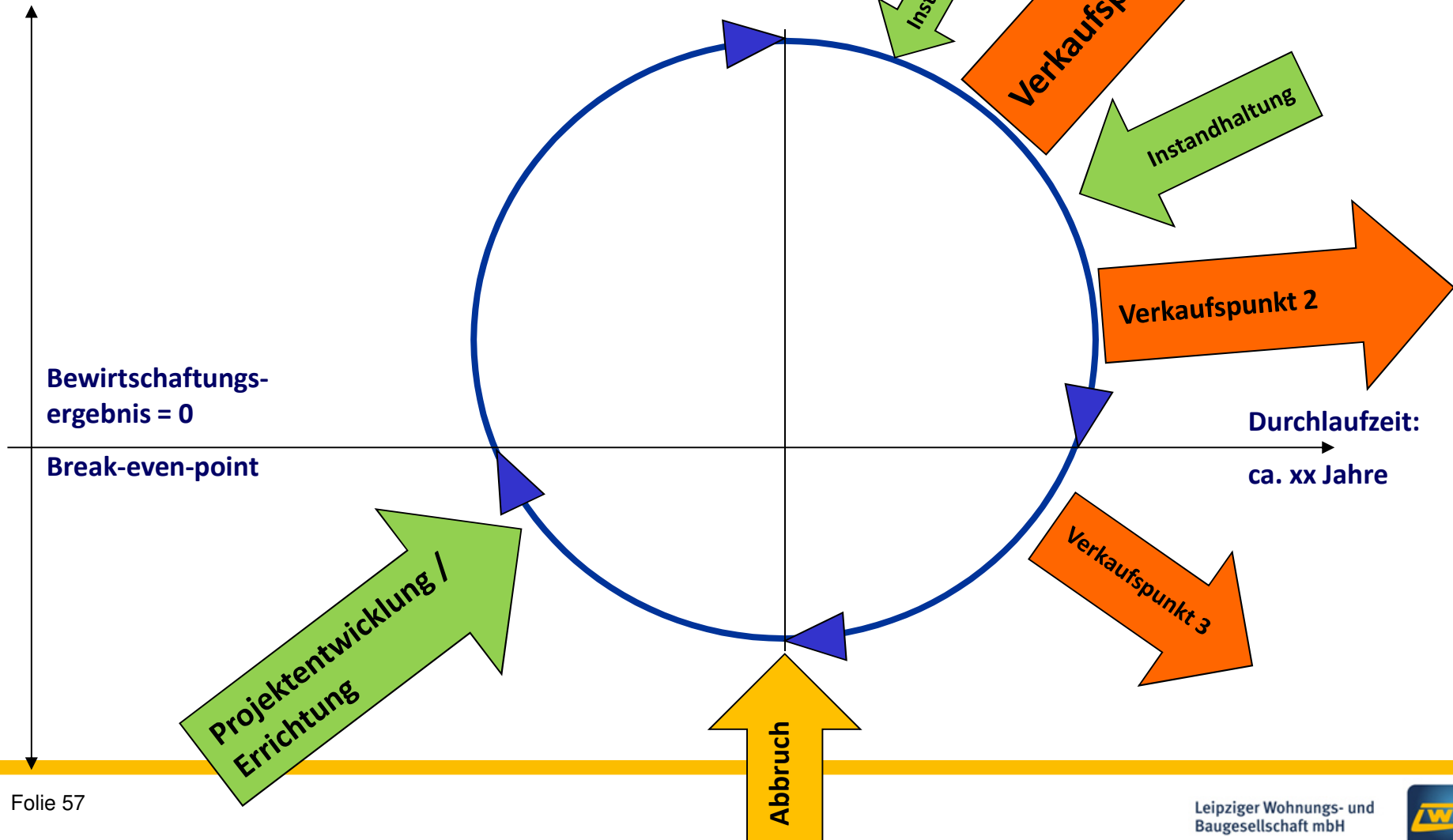
## Immobilien-Lebenszyklen

### Lebenszyklen einer Immobilie / Desinvestition:



## Immobilien-Lebenszyklen

### Lebenszyklen einer Immobilie / Investition:



**Lebenszykluskosten auf Basis normativer Nutzungsdauern bei Bewirtschaftung:  
Entwicklung des Objektzustandes unter der Voraussetzung der Ausschöpfung normativer  
Nutzungsdauern für 22 Hauptbauwerksteile / Gewerke**

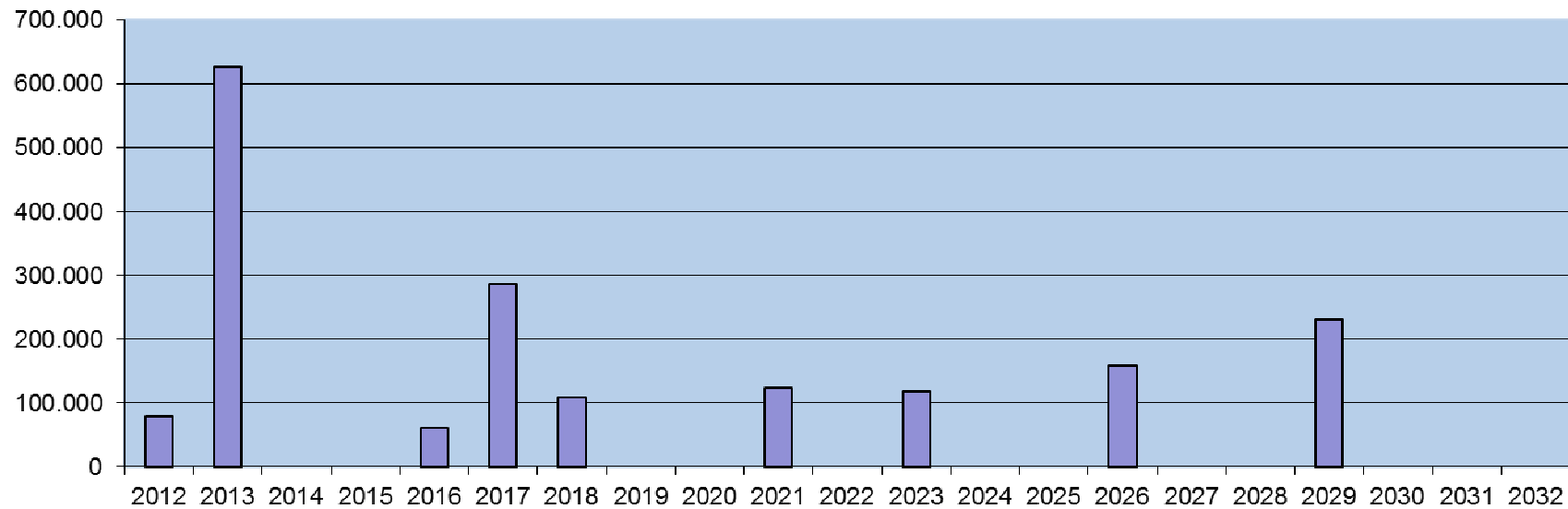
**Analyse: 1. normative Nutzungsdauer je Bauwerksteil und Gebäudetyp  
2. durchschnittliche Austauschkosten EUR/m<sup>2</sup> pro BWT und Geb.typ**

Gebäudekategorie	Gebäudekategorie-Bezeichnung	Bauwerksteile / Gewerke																					
		BT-IH-326: Bauwerksabdichtungen	BT-IH-332: Außentüren und -fens	BT-IH-333: Wärmedämmverbundsystem	BT-IH-334: Außentüren und -fens	BT-IH-335: Außenputz	BT-IH-337: Außenwandelemente -	BT-IH-338: Außentüren und -fens	BT-IH-344: Wohnungseingangstüre	BT-IH-345: Treppenhaus-Wandbekl	BT-IH-349: Treppenhaus-Bodenbel	BT-IH-363: Flachdächer	BT-IH-365: Steildächer	BT-IH-399: Balkone, Loggien, Te	BT-IH-412: Wasser- und Abwasser	BT-IH-419: Grundleitungen							
2	WBS 70, PH6, PH9	25	62	124	62	73	17	10	18	15	9	15	0	18	28	1							
3	WBS 70, 11-geschossig	17	62	124	62	84	17	10	18	12	9	17	0	18	28								
4	WBS 70, PH16	12	62	135	62	90	17	10	18	12	9	16	0	9	28								
5	P2.11-Plattenbauten	17	62	124	62	84	17	10	18	15	6	12	0	18	28								
6	Mittelganghäuser	17	62	124	62	84	17	10	18	13	9	15	0	18	28								
7	Block- u. Streifenbau (ab 1960)	25	62	124	62	45	0	10	15	13	0	15	0	18	28	1							

## Lebenszykluskosten auf Basis normativer Nutzungsdauern bei Bewirtschaftung: Ergebnis: Lebenszykluskosten nach Bauwerksteilen = technischer Verschleiß

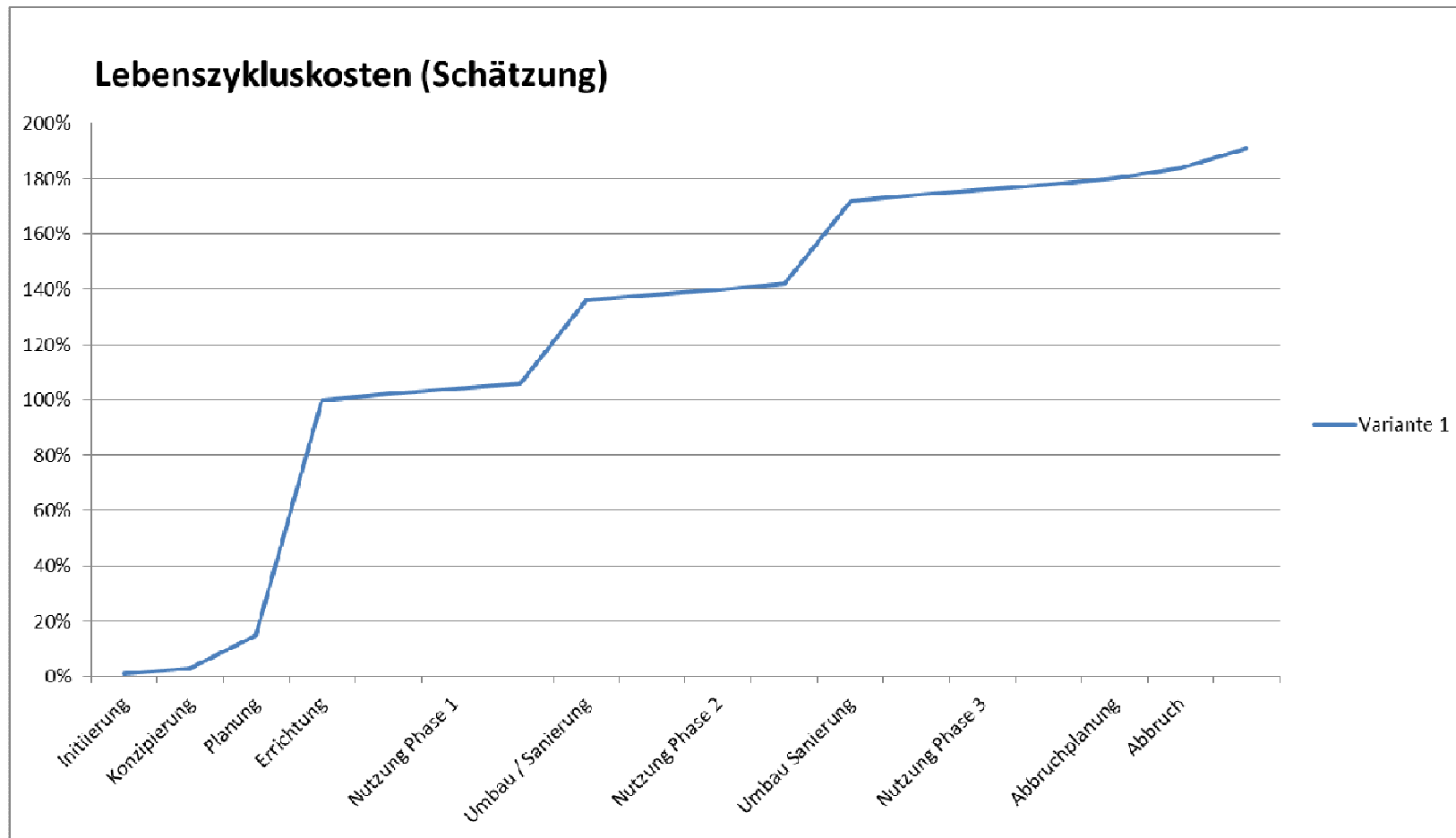
Summe Instandsetzungsaufwand nach Ablauf normativer Nutzungsdauer / nach Gewerkegruppen / Einzelgewerken

Mustergebäude





## Summe Lebenszykluskosten einschließlich Bauteilkosten und Wohnungsanpassungsbedarf



**Lebenszykluskosten auf Basis normativer Nutzungsdauern**  
**Zuzüglich Lebenszykluskosten nach Vermarktungsfähigkeit**  
**Beispiel 1: Badezimmer: rein technischer Verschleiß**



**Lebenszykluskosten auf Basis normativer Nutzungsdauern**

**Zuzüglich Lebenszykluskosten nach Vermarktungsfähigkeit**

**Beispiel 2: Badezimmer: technischer in Kombination mit moralischem Verschleiß**



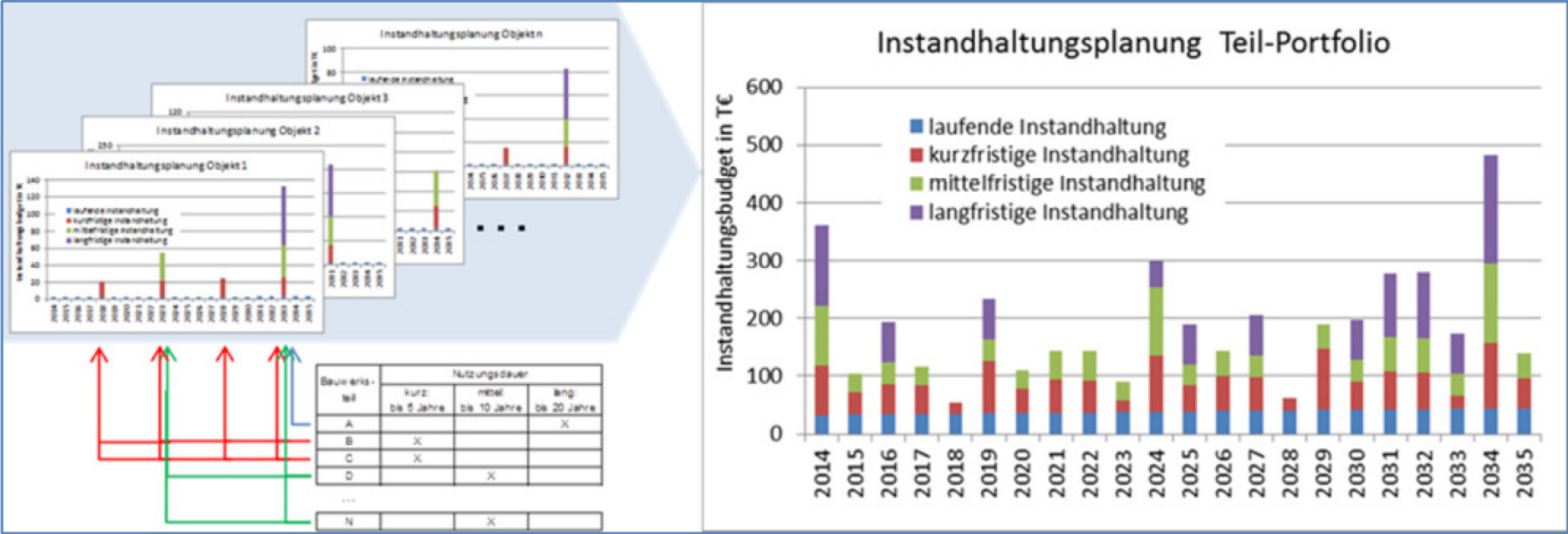
**Lebenszykluskosten auf Basis normativer Nutzungsdauern**

**Zuzüglich Lebenszykluskosten nach Vermarktungsfähigkeit**

**Beispiel 3: Badezimmer: rein moralischer Verschleiß im Hochpreissegment**

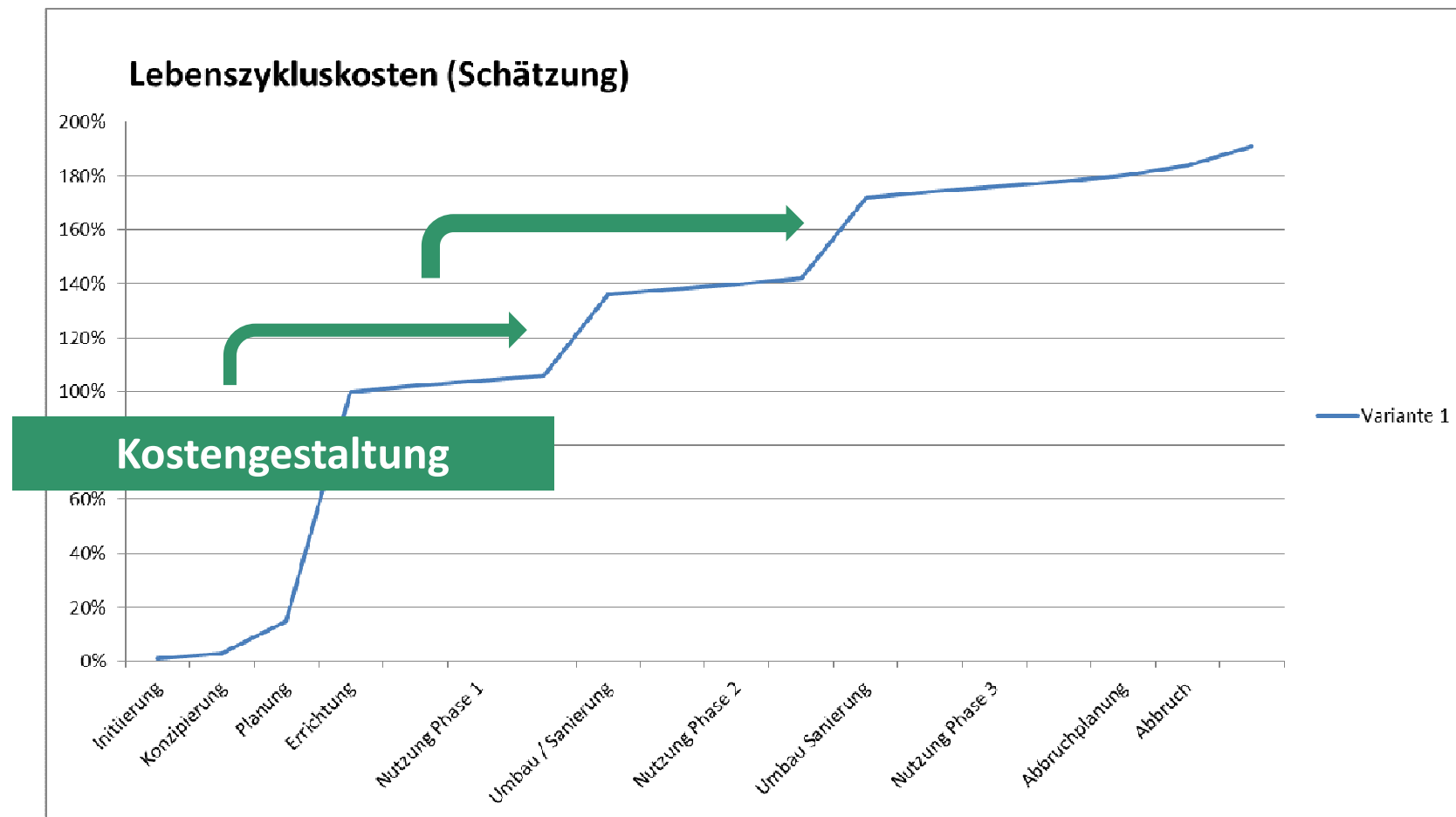


## Summe aller Lebenszykluskosten zur Sicherstellung des dauerhaften Bewirtschaftungserfolgs

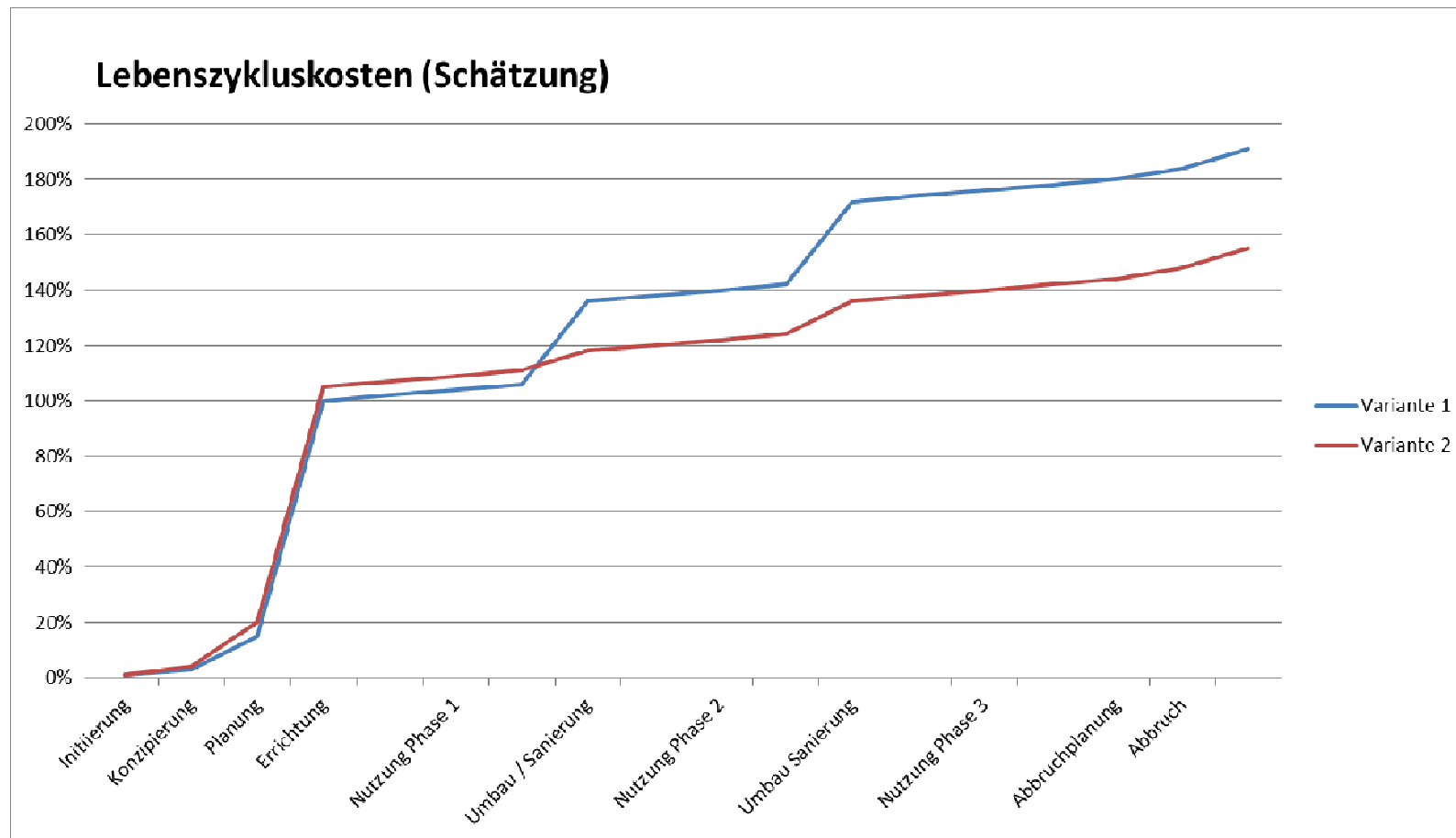


...

## Summe Lebenszykluskosten einschließlich Sowiesokosten und Wohnungsanpassungsbedarf



## Summe Lebenszykluskosten bei langfristiger Bedarfsantizipation (Modell):





## Verknüpfung längerfristiger Zielgruppenbedarfe mit Lebenszykluskosten-optimierten Gebäuden:

### Zielgruppen für Mietwohnungsneubau:

- wegen höherer Mietzahlungsfähigkeit aktuell eher geringer Anteil der Gesamtnachfrage
- Nochmalige Splittung wegen Zuordnung zu unterschiedlichen Alterskohorten und Lebensabschnitten
- Direkte Konkurrenzsituation des Mietwohnungsbaus zum Wohneigentum
- Dennoch: aus „scheinbar“ individuellen Lebenskonzepten lassen sich typisierte Zielgruppenbedarfe und Wohnansprüche von morgen ableiten
- Typisierte Zielgruppenbedarfe mit abgeleiteten Wohnansprüchen lassen sich in konkrete Anforderungen an Planungsleistungen übertragen
- Die Berücksichtigung längerfristiger Zielgruppenbedarfe soll Lebenszykluskosten beeinflussen

## Haupt-Zielgruppen für Mietwohnungsneubau:

### Zielgruppe A:

**Anspruchsvolle** / 1- und 2-PHH ab 45 Jahre;  
Beimischung Familien bis 10%; hohe Wohnkaufkraft

### Zielgruppe B:

**Anspruchsvolle** / 1- und 2-PHH ab 45 Jahre;  
Beimischung Familien bis 10%; mittlere bis hohe Wohnkaufkraft  
**Kommunikative** / 1- und 2-PHH 45 - 65 Jahre; mittlere bis hohe Wohnkaufkraft

### Zielgruppe C:

**Kommunikative** / 1- und 2-PHH 45 - 65 Jahre; mittlere bis hohe Wohnkaufkraft  
**Häusliche** / 1- und 2-PHH und Familien, mittlere bis hohe Wohnkaufkraft

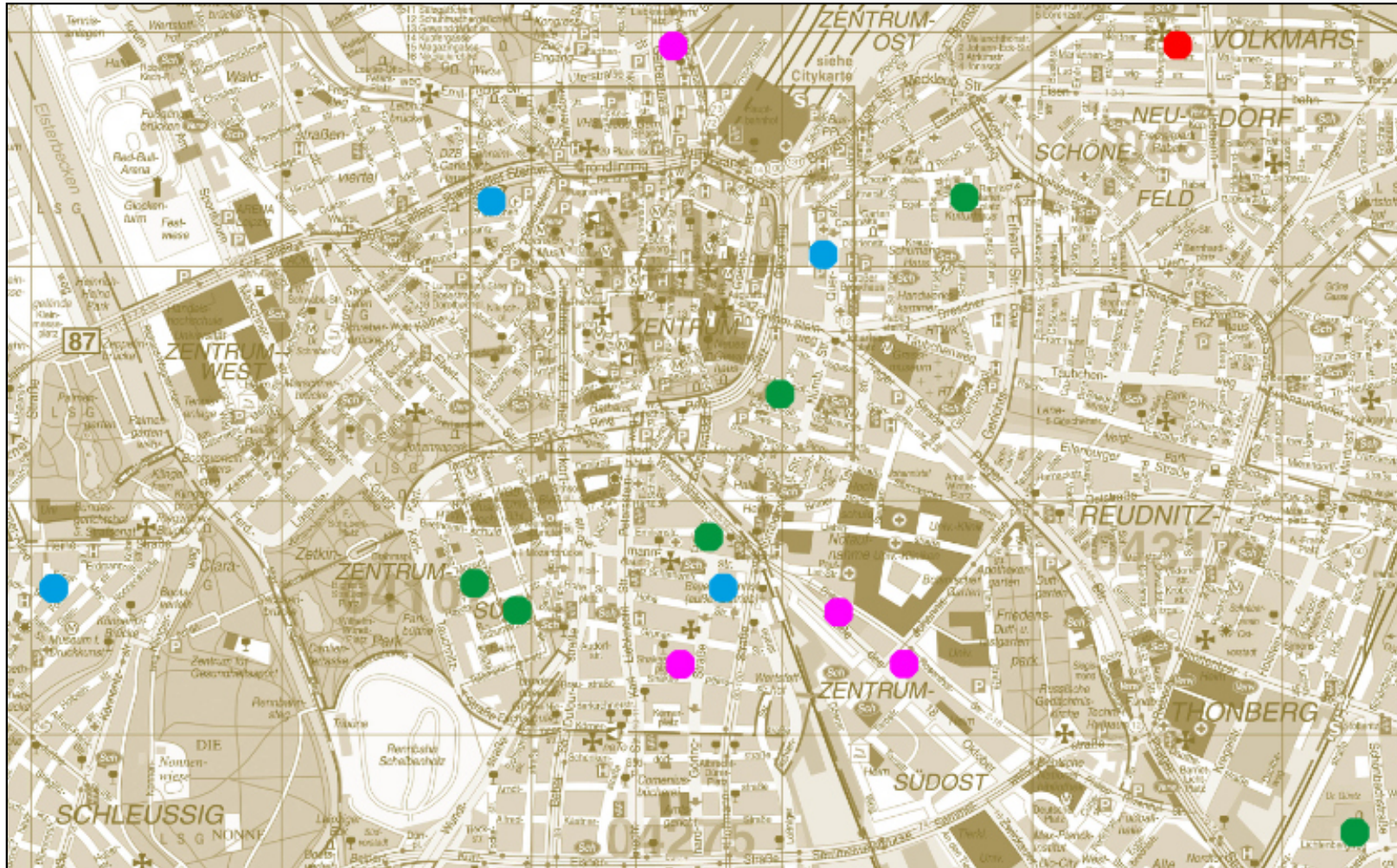
### Zielgruppe D:

**Konventionelle** / 1- und 2-PHH, mittlere bis hohe Wohnkaufkraft  
**Häusliche** / 1- und 2-PHH und Familien, mittlere bis hohe Wohnkaufkraft

### Zielgruppe E:

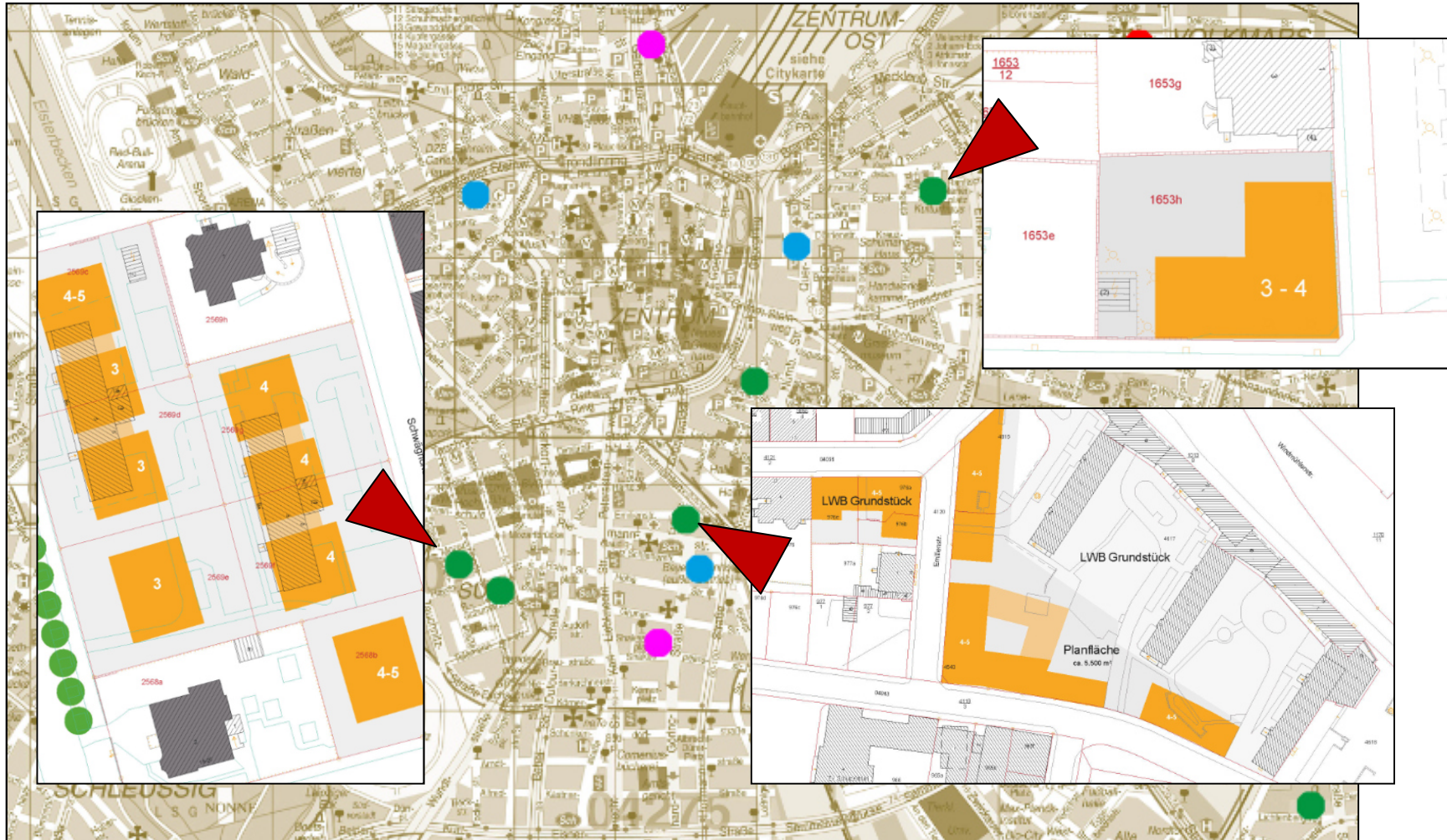
**Sonderwohnformen** / Kooperative Modelle, Selbstnutzermmodelle

## Haupt-Zielgruppen für Mietwohnungsneubau:

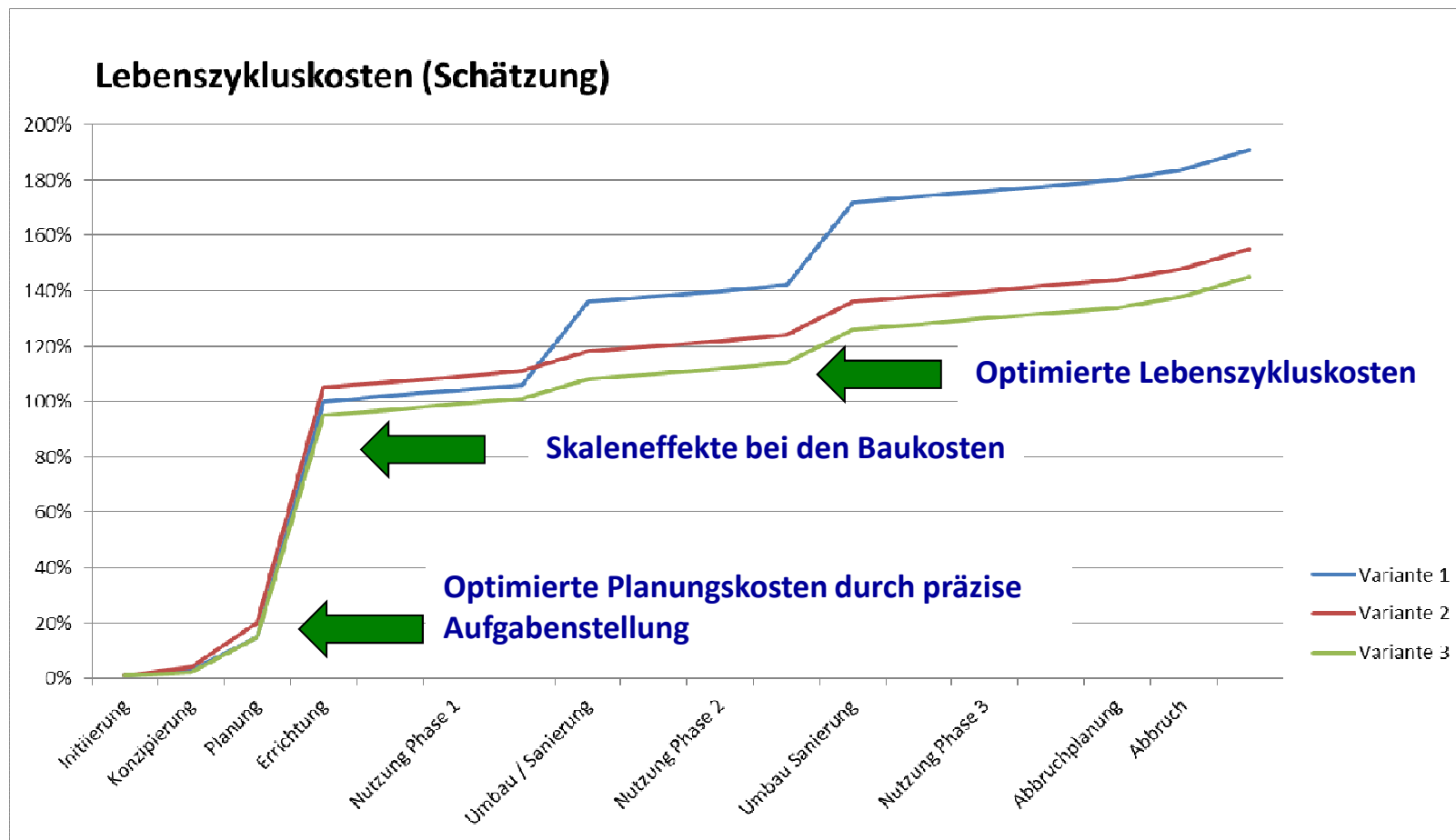




## Zielgruppenübereinstimmung bei unterschiedlichem städtebaulichen Anspruch:



**Zielstellung:** Optimierung der Projekt- und Lebenszykluskosten bei hoher und längerfristiger Zielgruppenakzeptanz (Modellannahme):



**Vielen Dank**

**Thomas Dohrmann  
Leiter Portfoliosteuerung / Operatives Controlling  
/ Immobilienvertrieb  
Leipziger Wohnungs- und Baugesellschaft mbH  
Prager Straße 21  
04103 Leipzig  
thomas.dohrmann@lwb.de  
0341 / 992 1900**