

RESULTATE[↑]

Wohnwünsche der Kreativen Klasse

RVI
Mit Banken zum Erfolg

**Studie des Instituts für Wohnungswesen, Immobilienwirtschaft,
Stadt- und Regionalentwicklung (InWIS), Bochum 2012.
Im Fokus: Rhein-Main-Region am Beispiel Darmstadt.**



Urbanes Leben

im Rhein-Main- Gebiet

Was sind die urbanen Wohntrends der Kreativen Klasse?

In der Studie „Wohnwünsche der Kreativen Klasse“ untersucht die renommierte und unabhängige InWIS Forschung & Beratung GmbH die Wohnwünsche der Kreativen Klasse im Rhein-Main-Gebiet am Beispiel Darmstadt. Von den Standortvorteilen und dem kreativen Potenzial der Region zur ausdifferenzierten Zielgruppenanalyse erfasst die Studie wesentliche Trends und Präferenzen am Mietwohnungsmarkt sowie Entwicklungen urbaner Wohnkonzepte. Die Ergebnisse haben wir für Sie zusammengefasst.



Makrolage: Rhein-Main-Gebiet

- 14.755 Quadratkilometer Fläche
- 5,57 Millionen Einwohner, davon 2,89 Millionen Erwerbstätige
- Bruttoinlandsprodukt von 200 Milliarden Euro
- International herausragende Stellung als Verkehrs- und Datendrehscheibe
- Drittgrößter Flughafen Europas
- Ausgeprägte Finanz-, Technologie-, PR-, Werbe-, Verkehrs- und Immobilienbranche
- Sitz der Deutschen Börse, der internationalen Messe Frankfurt, der EZB und des ESOC (Europäisches Weltraum-Kontrollzentrum)
- 34 Universitäten, Hochschulen und Berufsakademien
- Weltoffene und kulturell pulsierende Region
- Reizvolle Landschaften der Bundesländer Hessen, Bayern und Rheinland-Pfalz
- Attraktiver Tourismusstandort durch Kulturgut
- Weinanbaugebiete und Streuobstwiesen
- Naherholungsgebiete wie Taunus, Odenwald oder Vogelsberg

Mikrolage: Darmstadt

- 151.944 Einwohner
- Viertgrößte Stadt Hessens
- 124.800 Erwerbstätige
- Knapp 64.000 Einpendler
- Niedrige Arbeitslosigkeit und hohe Kaufkraft
- Anschluss an Autobahnen A 5 und A 67
- Flughafen Frankfurt in 27 Kilometer Entfernung
- Attraktiver Wohn- und Einzelhandelsstandort
- „Wissenschaftsstadt“ mit breitgefächerter Bildungs- und Forschungslandschaft
- Knapp 40.000 Studierende an drei Hochschulen
- Über 30 renommierte Forschungseinrichtungen und Institute
- Hohe Wachstumsprognose



Zielgruppe

Kreative Klasse

Nach dem amerikanischen Wirtschaftswissenschaftler Richard Florida („The Rise of the Creative Class“) umfasst die sogenannte Kreative Klasse zum einen kultur- und kreativwirtschaftliche Erwerbstätige wie Architekten, Werber, Ingenieure, Designer und Forscher, die Gruppe der „Super-Creative Core“. Zum anderen aber auch kreativ Tätige, die „Creative Professionals“, zum Beispiel Ärzte, Manager, Juristen, Techniker und Lehrer. Es sind prinzipiell alle Menschen, die ihr Wissen innovativ und kreativ nutzen, also einen kreativen Output erzeugen.

Im Rhein-Main-Gebiet ist die Kreative Klasse besonders stark vertreten. Denn die Metropolregion wird durch ein Klima gesellschaftlicher Weltoffenheit und Toleranz geprägt. Zahlreiche kulturelle Angebote und reizvolle Landschaften machen den Standort darüber hinaus besonders attraktiv. All das sind Faktoren, die kreative Erwerbspersonen und High Potentials anziehen und an den Standort binden.

Laut Floridas These „Jobs follow people“ orientieren sich Unternehmen bei ihrer Standortentscheidung an der Quantität und Verfügbarkeit von geeignetem Personal. Folglich werden

Arbeitsplätze in den Bereichen Forschung, Entwicklung, Technik und IT, Kultur, Medien und Kunst in der Rhein-Main-Region geschaffen.

So trägt die Kreative Klasse mit ihrer innovativen Strahlkraft zum Wirtschaftswachstum und zur Entstehung von Unternehmen und Arbeitsplätzen in der Rhein-Main-Region bei. Richard Florida erklärt die „Kreativität“ sogar zum entscheidenden Wachstumsfaktor für die Wirtschaft des 21. Jahrhunderts.

In der hessischen Kultur- und Kreativwirtschaft, ein eigenständiger Wirtschaftszweig, sind laut einer Studie der Hessen Agentur (2012) über 79.000 Personen beschäftigt. Dies übersteigt sowohl die Beschäftigtenzahlen in der Pharma- und Chemieindustrie als auch im Maschinenbau.

Insbesondere die Wissenschaftsstadt Darmstadt – der Titel wurde 1997 durch das Land Hessen verliehen und würdigt die besondere Bedeutung in den Bereichen Wissenschaft und Forschung – weist enorme „kreative Potenziale“ auf. Mit einem besonders hohen TTT-Index (s. Tabelle) zeichnet sich Darmstadt mit Erlangen und Heidelberg als Speerspitze der „Hidden Champions“ aus.

Rang	Stadt/Landkreis	Technologieindex	Talentindex	Toleranzindex	TTT-Index
1	Erlangen, Stadt	4,43	4,41	0,65	3,16
2	München, Landeshauptstadt	2,18	2,97	3,25	2,80
3	München, Landkreis	3,38	2,88	0,84	2,37
4	Stuttgart, Landeshauptstadt	2,49	3,15	1,42	2,35
5	Starnberg, Landkreis	2,78	1,46	2,77	2,34
6	Darmstadt, Stadt	2,72	2,79	1,21	2,24
7	Heidelberg, Stadt	1,47	3,01	1,59	2,02
8	Berlin, Stadt	0,14	1,40	4,32	1,95

Quelle: agiplan (2010): Kreative Klasse in Deutschland 2010. Technologie, Talente und Toleranz stärken Wettbewerbsfähigkeit – eine Chance für offene Städte und Kreise.

Die agiplan Studie zur Kreativen Klasse untersucht die Wettbewerbsfähigkeit von Städten und Landkreisen in Deutschland. Erfolgreiche Städte weisen einen durch Richard Florida geprägten hohen „TTT-Index“ aus den drei Komponenten Technologie, Talent und Toleranz auf.



Eine Technische Hochschule, zwei Fachhochschulen und über 30 öffentliche und private Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen sowie Institute verdeutlichen die Bedeutung Darmstadts als Wissenschaftsstadt. Darunter:

- Fraunhofer Gesellschaft (mehrere Institute)
- DKI – Deutsches Kunststoff-Institut
- EUMETSAT – Europäische Organisation für die Nutzung meteorologischer Satelliten
- ESOC – Europäisches Weltraum-Kontrollzentrum
- GSI – Helmholtzzentrum für Schwerionenforschung
- IBK – Institut für das Bauen mit Kunststoffen
- IWU – Institut Wohnen und Umwelt
- Jazzinstitut Darmstadt
- Öko-Institut – Institut für angewandte Ökologie

Aktuelle Pläne zur Erweiterung des ESA-Satellitenkontrollzentrums verdeutlichen die hohe Bedeutung der Raumfahrttechnologie. Laut Angaben der Stadt Darmstadt sind in den letzten Jahren allein mehr als 20 Start-up-Unternehmen rund um das ESOC entstanden. Wichtige Innovationen liefern auch die Nachbardisziplinen, die dieses Wissenschaftscluster stärken. So z. B. der aktuelle Bau des neuen Beschleunigerzentrums FAIR am GSI Helmholtzzentrum für Schwerionenforschung.

Trotz der Bezeichnung „Wissenschaftsstadt“ sieht sich Darmstadt auch als Stadt, in der die „Künste leben“. Die Teilmärkte Werbung und Design der

Kultur- und Kreativwirtschaft sind in Hessen unter anderem mit einer ausdifferenzierten Hochschullandschaft hinterlegt. Eine Vielzahl an kreativen Studiengängen, z. B. im Bereich der Architektur, werden an den Darmstädter Hoch- und Fachhochschulen angeboten. Architekten, Innen- und Landschaftsarchitekten sowie Stadtplaner sind als baukulturell Schaffende wichtiger Bestandteil der Kultur- und Kreativwirtschaft. Bereits zweimal konnte die TU Darmstadt den international ausgeschriebenen Solar Decathlon Wettbewerb um das beste Null-Energie-Gebäude gewinnen.

Das Wirtschaftswachstum bedingt zwangsläufig die steigende Nachfrage nach urbanem Wohnraum in kreativen Regionen. Um zu ermitteln, welchen Wohnraum die Kreative Klasse im Speziellen sucht, hat die InWIS in einer Studie Angehörige dieser Gruppe stellvertretend in Darmstadt zu ihren Wohnbedürfnissen befragt.

Die kreative Zielgruppe am Beispiel Darmstadt

Die InWIS Studie zeigt, dass am untersuchten Standort besonders bei Single- und Paarhaushalten ohne Kinder eine Nachfrage nach urbanem Wohnraum besteht. Folgt man der Einstufung der empirischen Studie „Wohntrends 2030“^{**}, sind diese Nachfrager entweder den „kommunikativen“ oder den „anspruchsvollen Wohnkonzepten“ zuzuordnen. Gerade die erste Gruppe wächst in Großstädten.

^{**}GdW, Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen e.V. (2008): Wohntrends 2030 Studie.

Präzise

Wohnwünsche

Die gesuchte Wohnung: offen und hochwertig

Die gewünschte Wohnung der Kreativen Klasse als Einheit betrachtet, sollte eine offene Grundrissgestaltung mit großzügigen Räumen und flexiblen Nutzungsfunktionen haben. Im Idealfall sollte sie mit einem Balkon oder einer Terrasse ausgestattet sein. Die Küche ist nicht nur ausreichend dimensioniert, sondern am besten schon bei Einzug möbliert. Ein modernes Bad mit Tageslicht ist gern gesehen. Die Wohnung sollte Raum geben für die Verknüpfung mit dem eigenen Lebensstil. Außerdem schätzt die Kreative Klasse eine professionelle und unkomplizierte Wohnungsverwaltung, zum Beispiel bei Anmietungsprozessen. Im Optimalfall gibt es einen Ansprechpartner vor Ort.

Das gesuchte Wohngebäude: gepflegt mit Sinn für Gemeinschaft

Ein Personenaufzug im Haus, Stellmöglichkeiten für Fahrräder und bei Bedarf die Option einer Parkplatzanmietung in der hauseigenen Tiefgarage sind gewünscht. Viele Studienteilnehmer zeigen zudem ein großes Interesse an ökologischen und energetischen Aspekten: Die Verringerung der „zweiten Miete“ durch energieeffiziente

Wohnungen ist für die Kreative Klasse von Bedeutung. Darüber hinaus legt sie Wert auf ein gepflegtes Treppenhaus und in diesem Zusammenhang auf Serviceleistungen wie eine Reinigung der öffentlichen Bereiche oder wie eine Paketannahmestelle. Der Kontakt zu anderen Mietern im Gebäude ist den Interviewten wichtig, ob virtuell via sozialer Netzwerke, real in Gemeinschaftsräumen, die ganzjährig als nachbarschaftlicher Treffpunkt nutzbar sind, oder bei regelmäßigen Mietertreffen wie Grillfesten.

Das gesuchte Wohnumfeld: urban und erholsam

Entscheidend für die Wohnqualität der Zielgruppe sind die Nähe zum Arbeitgeber und eine gute Anbindung an die Region. Auch die Möglichkeiten und Angebote zur Freizeitgestaltung am Wohnort sind von großer Bedeutung. So wünschen sich die meisten Teilnehmer einen guten Zugang zu unterschiedlichen Naherholungsflächen, die diverse individuelle Sportangebote bieten. Auch eine offene Kunst- und Kulturszene mit Konzerten, Ausstellungen und Aufführungen ist gefragt. Im direkten Umfeld der Wohnung sollte idealerweise eine tolerante Atmosphäre herrschen. Auch der Wunsch nach Sauberkeit und Sicherheit am Heimatort wurde von den Befragten häufig genannt.

Wohntrends der Kreativen Klasse

Wohnung

- Helle Räume
- Großzügige Grundrisse
- Flexible Raumnutzung
- Hochwertige Materialien
- Keine Maklerprovision
- Serviceleistungen
- Balkon mit Strom
- Möblierte Küche
- Tageslichtbad

Gebäude

- Neubaustandard
- Ökologische Aspekte
- Personenaufzug
- Fahrradstellplatz
- Parkplatz in Tiefgarage
- Gemeinschaftsräume
- Ansprechpartner vor Ort
- Virtueller Kontakt
- Realer Kontakt

Umfeld

- Erholungsflächen
- Ruhige, zentrale Lage
- Nähe zu Innenstadt und Region
- Versorgungsmöglichkeiten
- Kultur- und Sportangebote
- Sichere, offene und tolerante Umgebung
- Kurze Wege zum Arbeitgeber
- Dauerparkplätze
- ÖPNV-Anbindung



Urbanes Wohnkonzept der RVI

Ganzheitlich: Das Urbane Wohnkonzept der RVI

Die RVI hat die Bedürfnisse ihrer Zielgruppe erkannt und ein ganzheitliches System entwickelt: Das Urbane Wohnkonzept. Statt des bloßen Baus von Immobilien wird ein umfassendes Konzept erarbeitet, das auf aktuellen Marktanalysen basiert und alle wichtigen Themenfelder integriert: Von der Architektur und Rendite über Markt und Service bis Standort und Leben. Diese Bestandteile ergänzen sich und ergeben zusammen die von der Zielgruppe gesuchte Wohnung. Um dieses perfekte Zusammenspiel zu sichern, kommen bei der RVI alle Leistungen aus einer Hand.

Vom Konzept zur Umsetzung

Aktuelle Beispiele für die passgenaue Umsetzung des Urbanen Wohnkonzepts sind die Projekte der RVI in der Rhein-Main-Region. Die zentrumsnahen Lagen und die Ausstattung der Gebäude ent-

sprechen genau den Wünschen der Zielgruppe. Der gesunde Mix aus kompakteren und größeren Wohnungen in der Immobilie überzeugt. Auch die moderne Ausstattung und das Preisniveau erfüllen alle Anforderungen. Ob integrierte Küche oder Dachterrasse – egal um welches Thema es sich handelt, die Wünsche der Zielgruppe werden erfüllt. Erfolgreich – auch für Investoren.

Für programmierte Erfolge

Seit 1973 bietet die RVI Investoren eine nachhaltige Zukunftsvorsorge und einen Vermögensaufbau durch Immobilien. Das Urbane Wohnkonzept, seine ständige Überprüfung und Weiterentwicklung stellen dabei sicher, dass Nachfrage und Angebot immer wieder aufeinander passen. Seit über 40 Jahren kann die RVI somit eine lückenlose Leistungsbilanz vorweisen. Über 150 Immobilienprojekte bieten Anlegern eine fundierte Basis und Mietern den Wohnraum, den sie sich wünschen.

Zukunftsorientiert: Das Urbane Wohnkonzept der RVI ist ein ganzheitliches System, das den Wert und Erfolg von Immobilien langfristig absichert.

Die vollständige InWIS Studie kann unter info@rvi.de angefordert werden.

Das Urbane Wohnkonzept



RVI-Immobilien:

Sicherheit, Service und Rendite seit 1973

RVI GmbH
Beethovenstraße 33
66111 Saarbrücken

Telefon: 0681 38708-0
Telefax: 0681 38708-42

info@rvi.de
www.rvi.de