

# Aareal Trendbarometer: Zukunft des Wohnens

Attraktivitätstreiber und Ertragspotenziale  
für die Wohnungswirtschaft

**Aareal**  
YOUR COMPETITIVE ADVANTAGE.

# Aareal Trendbarometer: Zukunft des Wohnens Attraktivitätstreiber und Ertragspotenziale für die Wohnungswirtschaft

## Deutschland ist Mieterland Nummer 1.

Über die Hälfte der deutschen Bevölkerung lebt zur Miete<sup>1</sup>, damit liegt Deutschland an der Spitze in der EU. Rund 477 Quadratmeter stehen durchschnittlich einer Person pro Haushalt zur Verfügung und je nach Wohnungsgröße und Region zahlen sie rund neun Euro pro Quadratmeter<sup>2</sup>.

So viel zu den Fakten. Aber was ist mit den Menschen? Welche Bedürfnisse haben Mieter in Bezug auf ihr Umfeld, die Services und die Kommunikation mit den Vermietern? Was macht moderne Wohn- und Lebensqualität aus? Was können Vermieter verbessern, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern? Um diesen Fragen auf den Grund zu gehen, haben wir gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut Civey eine Umfrage unter rund 5.000 Mieterinnen und Mietern in Deutschland durchgeführt. Zusätzlich haben wir rund 150 Entscheider aus der Wohnungswirtschaft befragt, wie gut sie darauf vorbereitet sind, die veränderten Bedürfnisse ihrer Mieter zu bedienen und neue Geschäftschancen daraus abzuleiten.

Das Ergebnis zeigt ein eindeutiges Stimmungsbild: Mieterbedürfnisse befinden sich im Wandel. Unabhängig von klassischen Entscheidungskriterien wie Preis und Wohnfläche ist eine Vielzahl an neuen Aspekten für die Attraktivität des eigenen Wohnumfelds relevant. Zudem haben Mieter klare Erwartungen sowohl der Immobilie als auch dem Vermieter gegenüber.

✓ **Neue Facetten der Wohn- und Lebensqualität:** Nachhaltigkeit, gute ÖPNV-Anbindung und digitale Infrastruktur sind entscheidende Kriterien, wenn es um die Attraktivität einer Immobilie geht. Bedingt durch steigende Energie- und Lebenshaltungskosten spielt auch Transparenz eine besondere Rolle, vor allem was den Verbrauch angeht.

✓ **Vermieter als Full-Service-Anbieter:** Von E-Mobilität über Energie- und Wasserversorgung im Abo-Modell bis hin zu Handwerkerleistungen und Reinigung – immer mehr Mieter sind interessiert an zusätzlichen Services rund ums Wohnen und können sich vorstellen, diese vom Vermieter oder Energieanbieter zu beziehen.

✓ **Mehr Dialog und Mitbestimmung gefragt:** Im Dialog mit dem Vermieter zeigen sich Mieter selbstbewusst und wünschen sich mehr direkte, digitale Kommunikation mit dem Vermieter. Gleichzeitig steigt der Wunsch nach mehr Mitbestimmung, etwa bei der Anlage der Mietkaution.

## Chancen für die Wohnungswirtschaft.

Auf Basis aktueller Mieterwünsche sollte die institutionelle Wohnungswirtschaft neue Angebote und Dialogformate erstellen, um die eigene Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern sowie neue Ertragsquellen für die Zukunft zu erschließen. Die Befragung der rund 150 Experten zeigt jedoch:

✓ Die Wohnungswirtschaft sehen sie teilweise nur unzureichend gut auf die genannten Trends und Mieterwünsche vorbereitet, Nachholbedarf wird besonders in den Bereichen Nachhaltigkeit und Digitalisierung gesehen.

Welche Kriterien genau das Wohnen der Zukunft ausmachen und welche Angebote das vielversprechendste Potenzial für die Wohnungswirtschaft bieten, lesen Sie im Aareal Trendbarometer. Wir wünschen Ihnen viel Spaß!

## Inhaltsverzeichnis

<b>Was macht Wohnraum attraktiv?</b>	
Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung, insbesondere im Zusammenhang mit Effizienz	04
Mobilität und schnelles Internet als Top-Themen	07
Mehr Durchblick und Transparenz bei Energieverbräuchen	11
<b>Wie können sich Vermieter unterscheiden?</b>	
Abos und Inklusiv-Pakete für Versorgung und Entertainment	12
E-Mobilität vor allem interessant für Familien	14
Handwerkerleistungen und Reinigungsservice vom Vermieter? Aber gerne!	14
Mehr Dialog und Transparenz gewünscht	15
Mehr Wunsch nach Mitbestimmung bei Mietkautionen	17
<b>Wie gut sind Vermieter auf zukünftige Trends vorbereitet?</b>	
Attraktivitätskriterien von Mietern auch für Vermieter relevant	18
Services machen den Unterschied – Entscheider haben das Potenzial erkannt	21
Neue Gestaltungsformen eröffnen	22
<b>Fazit</b>	
Mieterbedürfnisse im Fokus	24
Interview mit Prof. Dr. Verena Rock	26

<sup>1</sup> <https://www.destatis.de/Europa/DE/Thema/Bevoelkerung-Arbeit-Soziales/Soziales-Lebensbedingungen/Mieteranteil.html>

<sup>2</sup> <https://www.immowelt.de/immobilienpreise/deutschland/mietspiegel>

Von Nachhaltigkeit bis Nahverkehr

# Was macht Wohnraum attraktiv?

Nachhaltigkeit, schnelles Internet und gute ÖPNV-Anbindung sind wichtige Attraktivitätsmerkmale für Wohnraum. Zudem wünscht sich jeder zweite Mieter mehr Transparenz in puncto Nebenkosten und Verbräuche, was auch auf steigende Lebenshaltungs- und Energiekosten zurückzuführen ist. Wohnungsunternehmen können hier mit transparenten Ablese- und Abrechnungsformaten punkten. Aber auch eine nachhaltige Ausstattung, moderne digitale Infrastruktur oder Mobility-as-a-Service-Angebote können die Attraktivität des Wohnungsangebotes erhöhen.

## Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung, insbesondere im Zusammenhang mit Effizienz

Nachhaltigkeitsaspekte rund um das Gebäude gewinnen an Bedeutung für Mieter. Nach einer guten Verkehrsanbindung und schnellem Internet wird eine nachhaltige Bauweise als wichtiges Kriterium genannt, wenn es um die Attraktivität einer Immobilie geht. Für 4 von 10 Mietern ist Nachhaltigkeit ein wichtiger Aspekt bei der Anmietung einer Wohnung, denn sie bedeutet auch Energieeffizienz und damit Kostenersparnis. Eigentümer können davon ausgehen, dass Ausstattungsmerkmale wie Photovoltaik, moderne Heizung und Dämmung sich vorteilhaft auf die Wahrnehmung einer Immobilie auswirken.

Befragung von Wohnungs- oder Hausmietern

## Welche Aspekte sind Ihnen bei der Anmietung einer Wohnung oder eines Hauses wichtig?

46,5%



Gute Erreichbarkeit von Mobilitätsangeboten

44,1%



Schnelles Internet (z. B. Glasfaseranschluss)

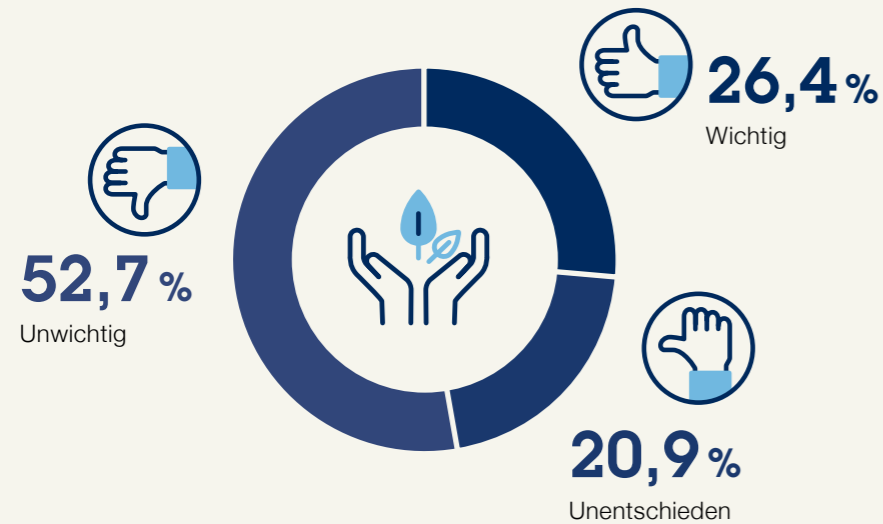
41,2%



Nachhaltiges Gebäude (z. B. energiesparend)

Stichprobengröße: 5.002; stat. Fehler: 2,5%; Befragungszeitraum: 01.02.2023 – 14.02.2023.

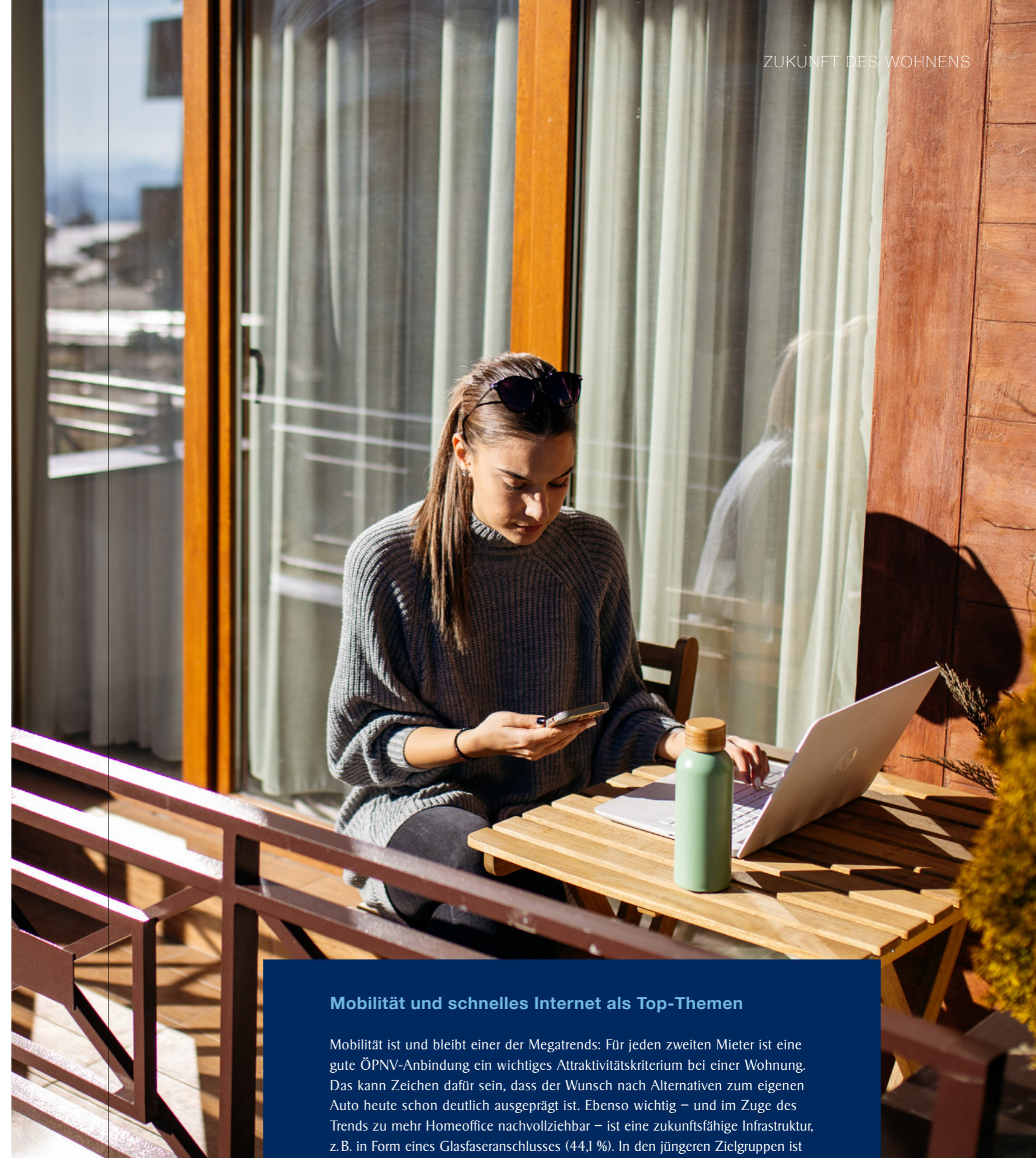
## Wie wichtig ist Ihnen das Thema Nachhaltigkeit beim Abschluss eines Mietvertrags?



Stichprobengröße: 5.003; stat. Fehler: 2,5%; Befragungszeitraum: 01.02.2023 – 14.02.2023.

### Nachhaltigkeit auch bei Neuanmietung relevantes Kriterium

Auch beim Neuabschluss von Mietverträgen zeigt sich die steigende Bedeutung von Nachhaltigkeit. Jeder vierte Mieter (26,4%) erachtet das Thema Nachhaltigkeit bei der Entscheidung für eine neu anzumietende Immobilie als wichtig. Dass die Bedeutung des Themas beim Mietabschluss im Vergleich zur übergeordneten Betrachtung von Attraktivitätskriterien einer Immobilie geringer ausgeprägt ist, ist angesichts von Wohnungsknappheit und Kostendruck dennoch nachvollziehbar. Hier zeigt sich das vermeintlich knappe Angebot an nachhaltigen Immobilien und, dass von Mietern im konkreten Fall die Wohnung auch angemietet wird, wenn Nachhaltigkeitskriterien nicht erfüllt werden können. Noch etwas höher ist der Wert bei den 18-29-jährigen – ein klares Signal, wie verbreitet nachhaltiges Denken gerade bei der jungen Generation ist und, dass dieses Thema in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen wird.



### Mobilität und schnelles Internet als Top-Themen

Mobilität ist und bleibt einer der Megatrends: Für jeden zweiten Mieter ist eine gute ÖPNV-Anbindung ein wichtiges Attraktivitätskriterium bei einer Wohnung. Das kann Zeichen dafür sein, dass der Wunsch nach Alternativen zum eigenen Auto heute schon deutlich ausgeprägt ist. Ebenso wichtig – und im Zuge des Trends zu mehr Homeoffice nachvollziehbar – ist eine zukunftsfähige Infrastruktur, z.B. in Form eines Glasfaseranschlusses (44,1%). In den jüngeren Zielgruppen ist die Erwartung hinsichtlich der Verkehrsanbindung (48,4%) und digitaler Infrastruktur (45,9%) erwartungsgemäß noch etwas höher.

## Welche dieser Aspekte ist Ihnen bei der Anmietung einer Wohnung oder eines Hauses am wichtigsten?

### Gute Erreichbarkeit von Mobilitätsangeboten



**38,2%**

sehr hoch besiedelte Regionen

**18,2%**

sehr niedrig besiedelte Regionen



Stichprobengröße: 5.001; stat. Fehler: 2,5 %; Befragungszeitraum: 01.02.2023 – 14.02.2023.

### Mobilitätsbedarf in Ballungsräumen besonders ausgeprägt

Die Bedeutung einer guten Verkehrsanbindung steigt mit der Besiedlungsdichte. In Ballungsräumen ist die Zustimmung ca. doppelt so hoch wie in Gebieten mit niedriger Besiedlungsdichte. Dafür überwiegt in niedrig besiedelten Regionen der Wunsch nach schnellem Internet. Es ist anzunehmen, dass Menschen, die die Möglichkeit des Homeoffices nutzen möchten, hierin einen zentralen Attraktivitätsbaustein für ländliche Gebiete sehen.

### Moderne Lebensqualität: mobil, ruhig, im Grünen

Die individuelle Lebensqualität wird auch vom direkten Umfeld der Wohnung bestimmt. Gefragt nach entscheidenden Aspekten für die Wohn- und Lebensqualität, wollen Mieter am liebsten alles auf einmal – Ruhe und Lebendigkeit gleichzeitig. Jeder zweite Mieter wünscht sich einerseits den öffentlichen Nahverkehr um die Ecke, fast ebenso wichtig ist jedoch der Wunsch nach einer ruhigen Verkehrslage und ansprechenden Grünflächen. Gute Nahversorgung ist ebenso für fast jeden zweiten Befragten ein relevantes Kriterium. Natürlich ist es schwierig, all diese Kriterien rund um eine Wohnung zu vereinen. Ein stärkerer Fokus auf Naherholungsflächen in dicht besiedelten Stadtteilen in Kombination mit autofreien Straßen und einer guten Anbindung an den ÖPNV könnten allerdings Ansatzpunkte sein, um den Bedürfnissen an ein modernes Wohnumfeld gerechter zu werden.



**56,4%**

Gute Anbindung an öffentlichen Nahverkehr



**51,8%**

Ruhige Verkehrslage

### Welche dieser Aspekte machen für Sie am ehesten eine gute Wohn- und Lebensqualität aus?



**49,6%**

Ansprechende Grünanlagen/ Erholungsflächen

Bei der Bewertung der Lebensqualität setzen die Befragten jedoch unterschiedliche Prioritäten, je nachdem ob sie in der Stadt oder auf dem Land leben. In Ballungsräumen macht für 7 von 10 Mietern gute ÖPNV-Anbindung eine gute Lebensqualität aus, in niedrig besiedelten Regionen ist dies nur rund die Hälfte. Hier punktet eher die ruhige Verkehrslage.

**71,6%**

der Mieter in Ballungsgebieten

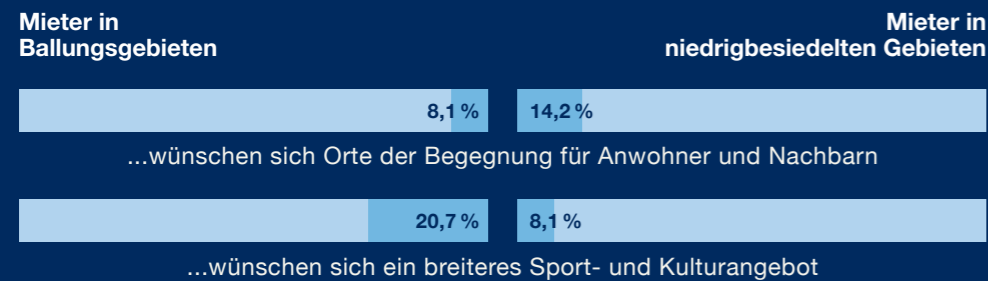
wünschen sich eine gute ÖPNV-Anbindung



# 35,3%

der Mieter in niedrig besiedelten Gebieten  
wünschen sich eine gute ÖPNV-Anbindung

## Orte der Begegnung vs. Sport- und Kulturangebot



Stichprobengröße: 5.004; stat. Fehler: 2,5%; Befragungszeitraum: 01.02.2023 – 14.02.2023.

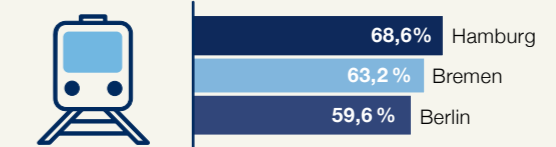


### Soziales Miteinander auf dem Land ausgeprägter

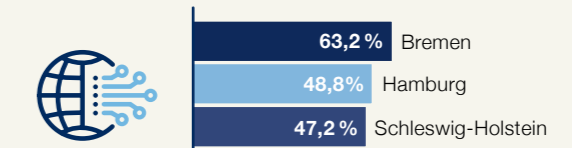
Eine Stadt-Land-Divergenz zeigt sich auch beim Freizeitbedarf. Ein breites Kultur- und Sportangebot ist tendenziell Städtern wichtig, während Orte der Begegnung vor allem in niedrig besiedelten Regionen von Bedeutung sind.

## Top 3 Attraktivitätswerte einer gemieteten Immobilie nach Bundesländern

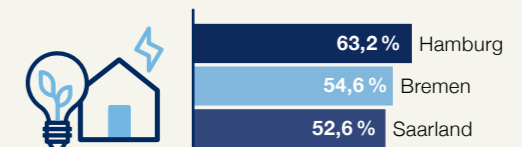
### Gute Erreichbarkeit von Mobilitätsangeboten



### Nachhaltiges Gebäude (energiesparend)



### Schnelles Internet



### Mehr Durchblick und Transparenz bei Energieverbräuchen

In Anbetracht der Kostenentwicklung für Energie im vergangenen Jahr ist bei Mietern das Thema Verbrauchsdaten stark in den Fokus gerückt. Jährlich abgerechnete Energieverbräuche und Nebenkosten gleichen einer nicht nachvollziehbaren Blackbox. Mieter wünschen sich hier mehr Transparenz, d. h. konkret: mehr Einsicht in die Nebenkostenentwicklung und Live-Einsicht in Verbrauchsdaten. Mit mehrmaligen unterjährigen Ablesungen pro Jahr etwa können Wohnungsunternehmen die Zufriedenheit für beide Seiten erhöhen: Indem sie Mietern böse Überraschungen am Jahresende ersparen und sich selbst mehr Sicherheit im Hinblick auf die Liquiditätsplanung verschaffen.

52,5% der Mieter wünschen sich mehr Einsicht in die Nebenkostenentwicklung

55,7% der 18-29-jährigen stimmen dem zu

69,1% der Auszubildenden stimmen dem zu

25% der Mieter wünschen sich Live-Einsicht in Verbrauchsdaten

29,3% der Befragten 65+ stimmen dem zu

Stichprobengröße: 5.002; stat. Fehler: 2,5%; Befragungszeitraum: 01.02.2023 – 14.02.2023.

Ansätze für neue Ertragsquellen

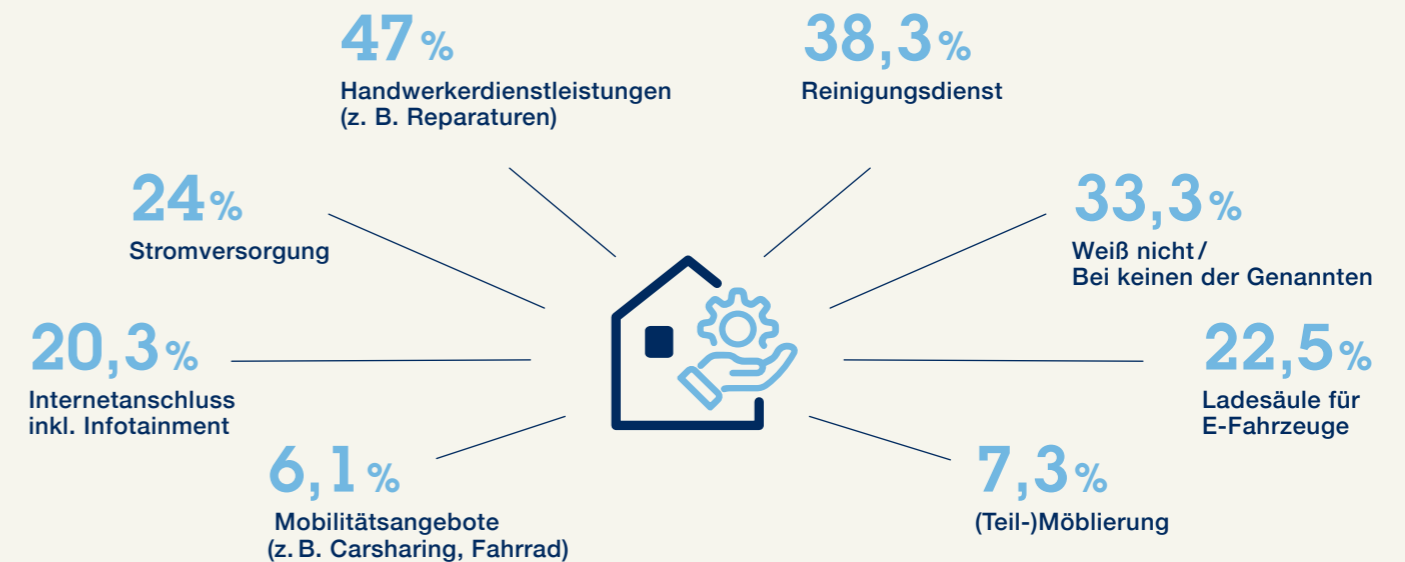
# Wie können sich Vermieter unterscheiden?

Vermieter als Full-Service-Anbieter, die Mietern Abo-Pakete für Versorgung oder Infotainment-Angebote rund um das Smart Home anbieten? Klingt nach Zukunftsmusik. Viele Mieter, insbesondere die jüngeren, können sich jedoch schon jetzt vorstellen, Services für Versorgung oder E-Mobilität, Handwerker- oder Reinigungsleistungen vom Vermieter oder Energieanbieter zu beziehen. Auch im Hinblick auf direkte, digitale Kommunikation oder Mitbestimmung bei der Mietkaution ist die Erwartungshaltung an die Vermieter gestiegen. Wohnungsunternehmen können hier besonders bei einer jüngeren Mietergeneration mit neuen Angeboten oder Dialogformaten punkten und dazu eigene Prozesse automatisieren und beschleunigen.

### Abos und Inklusiv-Pakete für Versorgung und Entertainment

Strom vom Vermieter, am besten direkt im Abo zusammen mit den übrigen Nebenkosten? Warum nicht? Immerhin jeder vierte kann sich bereits heute vorstellen, Strom direkt über den Vermieter zu beziehen und sich damit den separaten Vertrag mit einem Energieanbieter zu sparen. Noch höher ist das Interesse an der Vermittlung von Handwerkerleistungen (47 Prozent) und Reinigungsdiensten (38,8%) durch den Vermieter.

## Bei welchen dieser Services und Dienstleistungen würde es für Sie in Frage kommen, diese über Ihren Vermieter zu beziehen?



Stichprobengröße: 5.000; stat. Fehler: 2,5%; Befragungszeitraum: 01.02.2023 – 14.02.2023.

Beliebt sind auch Abo-Pakete und Inklusiv-Angebote. Jeder fünfte der befragten Mieter gab an, den Internet-Anschluss mit Infotainment vom Vermieter oder auch vom Energieanbieter beziehen zu wollen. Nahezu die Hälfte der Befragten kann sich vorstellen, Strom, Gas und Wasser als Abo-Paket vom Energieanbieter zu beziehen. Besonders ausgeprägt ist die Nachfrage bei jüngeren Mietern.

55%

der 18-29-jährigen würden Strom-Gas-Wasser im Abo vom Energieanbieter beziehen

35%/49,9%

der 18-29-jährigen würden Strom/Wasser vom Vermieter beziehen

19%

der 18-29-jährigen sind offen für Mobilitätsangebote durch Energieanbieter

13,5%

der 18-29-jährigen sind offen für Mobilitätsangebote vom Vermieter



22,5%

der Befragten würden Ladesäulen für E-Fahrzeuge über ihren Vermieter beziehen

23,4%

der Befragten würden Ladesäulen für E-Fahrzeuge über ihren Energieanbieter beziehen

40%

der Familien würden eine Ladesäule direkt vom Energieanbieter beziehen

**E-Mobilität vor allem interessant für Familien**

Auch Ladeinfrastruktur für E-Mobilität könnte ein neues Vermieter-Angebot sein. Jeder vierte Mieter wäre daran interessiert, sich vom Vermieter eine Ladesäule für E-Fahrzeuge installieren zu lassen. In Ballungsräumen liegt der Anteil der Zustimmenden mit 27,6 % fast dreimal höher als in niedrig besiedelten Gebieten mit 11 %. Für Wohnungsunternehmen ein wichtiges Signal, sich etwa in Kooperation mit Energieanbietern vor allem in Ballungsräumen für den Ausbau von Infrastruktur für E-Mobilität zu engagieren.

**Handwerkerleistungen und Reinigungsservice vom Vermieter? Aber gerne!**

Handwerker sind schwer zu bekommen. Umso beliebter ist die Vorstellung, diesen Service direkt vom Vermieter zu beziehen. Fast jeder zweite der Befragten ist interessiert, Handwerkerleistungen über den Vermieter zu erhalten und 4 von 10 Befragten würde gerne die Reinigung ihrer Wohnung beim Vermieter buchen. Noch höher ist die Zustimmung von jüngeren oder in Ausbildung befindlichen Mietern:



18 – 29-Jährige

Auszubildende



würden Handwerkerdienstleistungen vom Vermieter beziehen



würden Reinigungsleistungen vom Vermieter beziehen

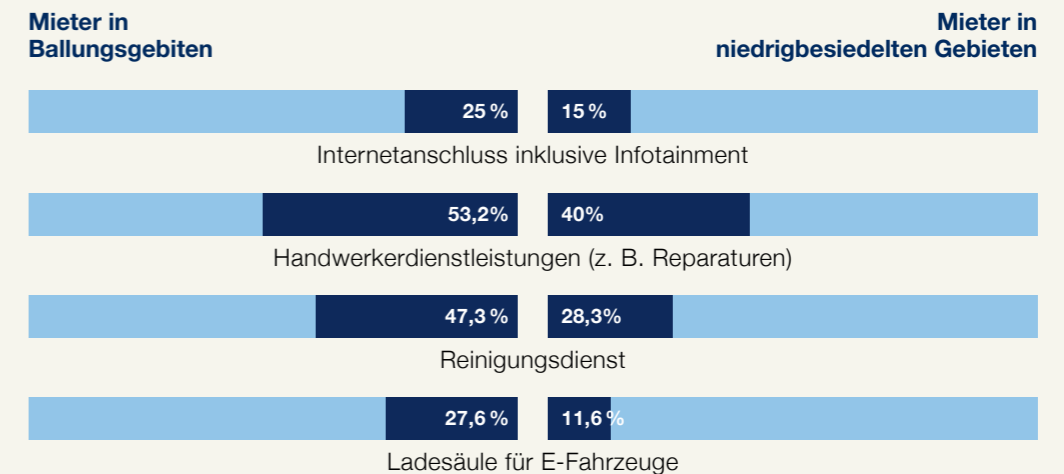
Stichprobengröße: 5.000; stat. Fehler: 2,5%; Befragungszeitraum: 01.02.2023 – 14.02.2023.



**Mehr Service-Offenheit in Ballungsgebieten**

Bei der Offenheit für verschiedene Services zeigt sich auch ein Stadt-Land-Gefälle. In Ballungsgebieten, in denen tendenziell mehr Menschen bei Wohnungsgesellschaften leben, kann es sich die Mieterschaft deutlich häufiger vorstellen, Services vom Vermieter zu beziehen. Am offenkundigsten ist der Unterschied bei Reinigungsdienstleistungen und dem Wunsch nach E-Ladeinfrastruktur.

**Bei welchen dieser Services und Dienstleistungen würde es für Sie in Frage kommen, diese über Ihren Vermieter zu beziehen?**

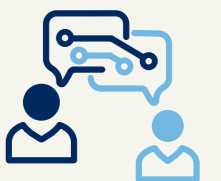


Stichprobengröße: 5.000; stat. Fehler: 2,5%; Befragungszeitraum: 01.02.2023 – 14.02.2023.

**Mehr Dialog und Transparenz im Umgang mit Vermieter gewünscht**

Bei Problemen oder Retouren schnell den Hersteller oder Dienstleister per Mail kontaktieren – das gehört für uns inzwischen zum Alltag. Entsprechend ändert sich auch die Erwartungshaltung gegenüber dem Vermieter. Knapp ein Viertel der Befragten wünscht sich im Zusammenhang mit Zahlungsthemen mehr direkten, digitalen Kontakt zum Vermieter. Bei den 18- bis 29-Jährigen ist es schon ein Drittel und bei den Auszubildenden sind es 4 von 10.

Von den Auszubildenden wünscht sich darüber hinaus jeder vierte (26,5 %) digitalen Rechnungsversand und digitale Zahlungsübersicht in einer App oder einem Online-Portal (25,8%). Ein wichtiges Signal für Wohnungsunternehmen, künftig digitale Kanäle und Lösungen für die Mieterkommunikation anzubieten.



21,1%

der Mieter sind an einem direkten digitalen Kontakt zum Vermieter interessiert

32,8%

der 18-29-jährigen stimmen dem zu

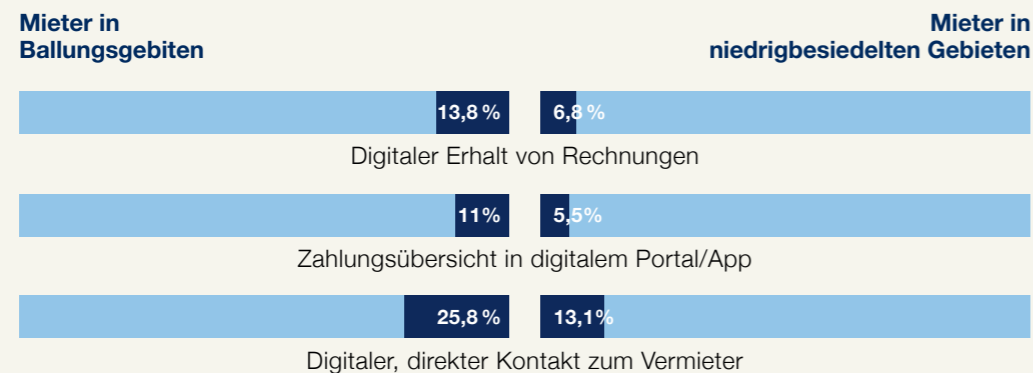
40,5%

der Auszubildenden stimmen dem zu





## Was wünschen Sie sich am ehesten von Ihrem Vermieter in Bezug auf Ihre Zahlungsverpflichtungen ihm gegenüber?



Stichprobengröße: 5.000; stat. Fehler: 2,5%; Befragungszeitraum: 01.02.2023 – 14.02.2023.

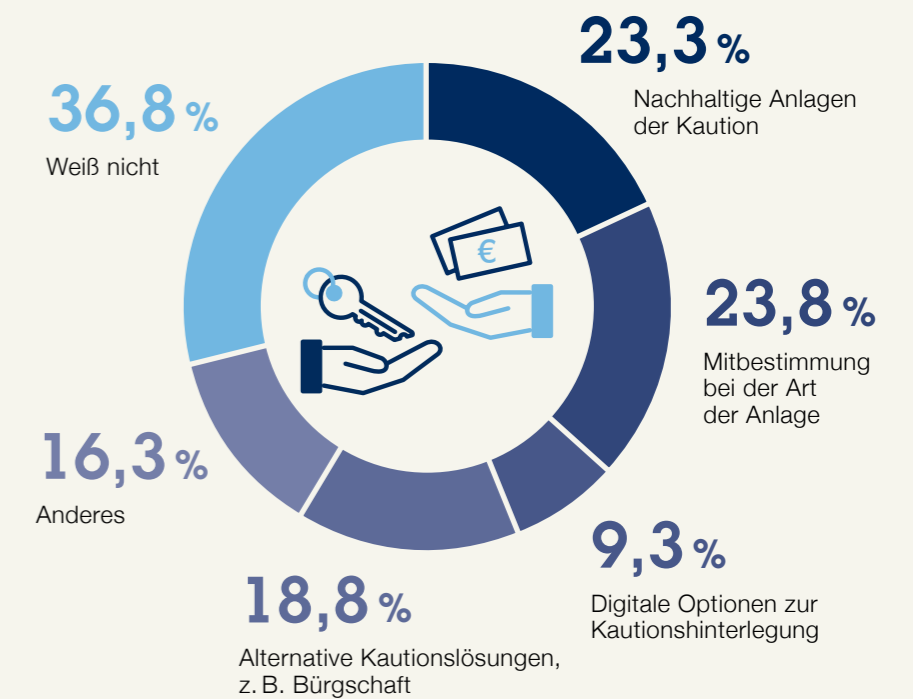
### Digitalisierungswunsch in Ballungsgebieten besonders ausgeprägt

Unabhängig vom Alter ist der Wunsch nach mehr digitalen Angeboten beim Zahlungsverkehr in dicht besiedelten Gebieten deutlich höher. So ist der Wunsch nach digitalem Kontakt zum Vermieter fast doppelt so hoch wie in niedrig besiedelten Gebieten. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch beim Wunsch nach digitalem Erhalt von Rechnungen und digitaler Zahlungsübersicht. Grund könnte zum einen eine höhere Digitalisierungsoffenheit in Ballungsräumen sein. Denkbar ist aber auch, dass Mieter sich aufgrund eines anonymen Verhältnisses zum Vermieter, das in dicht besiedelten Regionen oft herrscht, mehr Transparenz im gegenseitigen Umgang miteinander wünschen.

### Mehr Wunsch nach Mitbestimmung bei der Mietkaution

Mit der Mietkaution liegt oft ein Betrag über Jahre auf einem Vermieterkonto, ohne nennenswerten Ertrag abzuwerfen. Grund genug für Mieter, hier mitbestimmen zu wollen, was mit ihrem Geld geschieht. Jeder vierte Mieter möchte mitentscheiden, in welcher Form seine Mietkaution angelegt wird. Die zugrundeliegende Risikosensibilität von Anlageklassen wurde in diesem Zusammenhang nicht erfragt, wäre von Wohnungsunternehmen aber weiterhin zu berücksichtigen. Zudem wäre rund jeder fünfte offen dafür, Bürgschaften einem klassischen Mietkautionskonto vorzuziehen. Lösungen wie ein digitales Kautionsmanagement sind hier vorteilhaft für beide Seiten: Mieter erhalten mehr finanziellen Freiraum und Wohnungsunternehmen können ihre Verwaltungsprozesse automatisieren und werden entlastet.

## Was ist Ihnen in Bezug auf Ihre Mietkaution wichtig?



Stichprobengröße: 5.001; stat. Fehler: 2,5%; Befragungszeitraum: 01.02.2023 – 14.02.2023.

- 23,8%

der Mieter wünschen sich mehr Mitbestimmung bei der Anlage einer Mietkaution
- 34,3%

der 30-39-jährigen stimmen dem zu
- 32%

der Auszubildenden stimmt dem zu

- 18,8%

der Mieter wünschen sich alternative Kautionslösungen
- 23,7%

der 18-29-jährigen Mieter stimmen dem zu

Stichprobengröße: 5.001; stat. Fehler: 2,5%; Befragungszeitraum: 01.02.2023 – 14.02.2023.

# Wie gut sind Vermieter auf diese Trends vorbereitet?

Die Wünsche und Bedürfnisse der befragten Mieter beschäftigen auch die Wohnungswirtschaft, wie unsere Stimmungsabfrage unter mehr als 150 Kunden der Aareal Bank aus der institutionellen Wohnungswirtschaft zeigt. Die wichtigsten Attraktivitätskriterien werden auch von Entscheidern als Megatrends für die Wohnungswirtschaft erkannt. Doch auf vielen Gebieten sehen sie die Branche nur unzureichend vorbereitet. Vor allem bei Nachhaltigkeit und Digitalisierung herrscht Nachholbedarf. Auf Basis der Mieterwünsche können sich Wohnungsunternehmen neue Ertragspotenziale erschließen.

## Attraktivitätskriterien von Mietern auch für Vermieter relevant

Bei der Frage nach den bestimmenden Trends für die Zukunft des Wohnens nennen Entscheider ähnliche Kriterien wie Mieter: Die überwältigende Mehrheit der Befragten erachtet nachhaltige Gebäude als entscheidend, wenn es um die zukunftsfähige Erweiterung des eigenen Geschäftsmodells geht. Ähnlich hoch bewerten die Befragten die Bereitstellung von schnellem Internet und Mobilitätsangeboten. Der überwiegende Teil der Entscheider hat das Bedürfnis der Mieter nach Transparenz und Mitsprache erkannt, denn 9 von 10 halten das Angebot digitaler Kommunikation mit dem Mieter für ein relevantes Zukunftsthema.

## Nachholbedarf vor allem bei Digitalisierung und Nachhaltigkeit

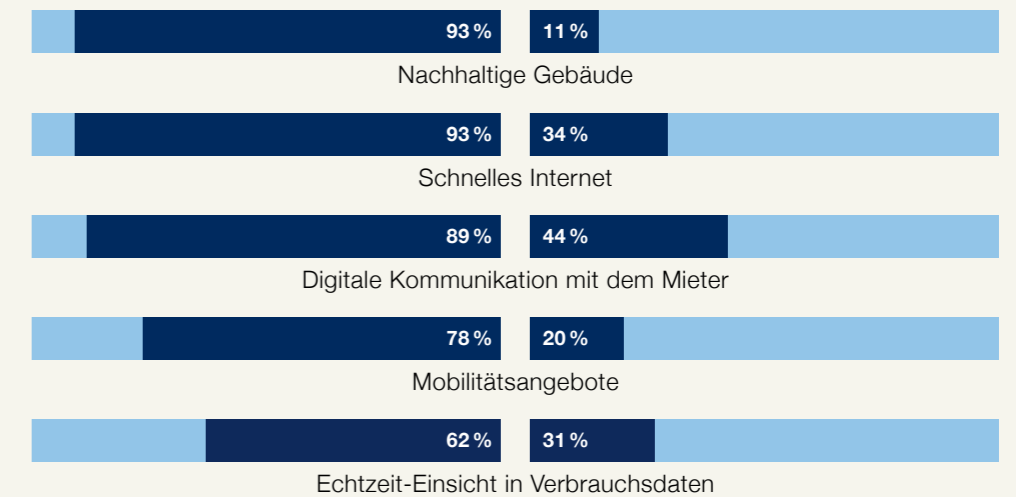
Es zeigt sich jedoch eine erhebliche Lücke zwischen Anspruch und Wirklichkeit – vor allem in puncto Nachhaltigkeit. Hier sieht nur einer von 10 Entscheidern die Branche ausreichend vorbereitet, was auch auf die aktuelle Ausgestaltung deutscher Bestandsimmobilien im Hinblick auf steigende Nachhaltigkeitskriterien zurückgeführt werden könnte. Immerhin 4 von 10 Befragten sehen die Branche besser aufgestellt in den Aspekten digitale Kommunikation mit den Mietern und schnellem Internet.

## Chancen für die Wohnungswirtschaft

Zukünftige Bedeutung für die Wohnungswirtschaft



Readiness der Branche



Stichprobengröße: 169

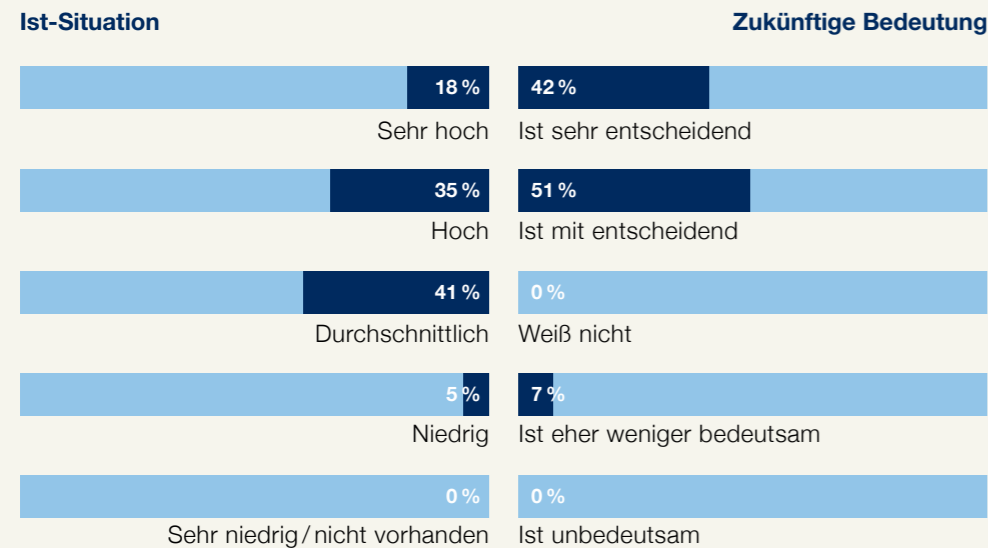
**Digitalisierungsgrad ausbaufähig**

Nachholbedarf herrscht auch in puncto Digitalisierung der unternehmenseigenen Prozesse. Nur etwa jeder Zweite der befragten Entscheider sieht im eigenen Unternehmen bereits einen hohen oder sehr hohen Digitalisierungsgrad. Gleichzeitig bewertet eine überwältigende Mehrheit die eigene Digitalisierung als entscheidend für die eigene Zukunftsfähigkeit. Mehr als die Hälfte der Befragten (55 %) ist außerdem noch damit beschäftigt, Standardprozesse zu digitalisieren. Gleichzeitig sieht die Hälfte der Befragten (50 %) beispielsweise digitale, integrierte Zahlungs-/Abrechnungsprozesse als erfolgskritisch an.



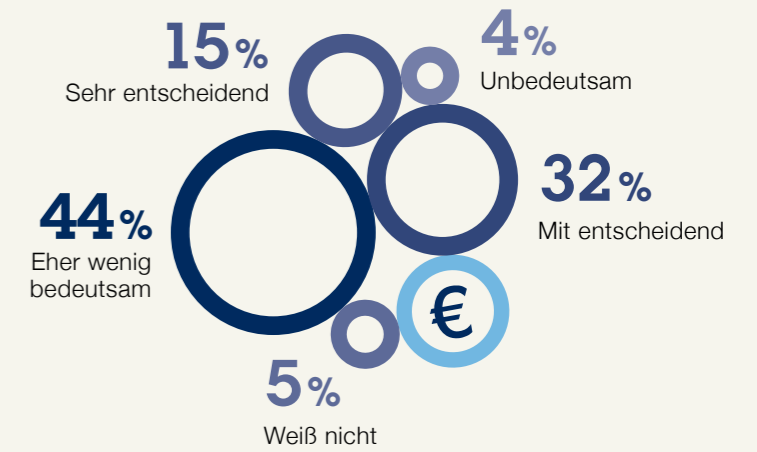
## Digitalisierung der Zahlungs-/ Abrechnungsprozesse

Nur etwa jeder Zweite sieht einen hohen Digitalisierungsgrad im Unternehmen. Weitestgehend einig ist man hinsichtlich der besonderen Relevanz digitalisierter Prozesse.



Stichprobengröße: 146

## Die Bedeutung neuer Ertragsquellen



Stichprobengröße: 169

**Services machen den Unterschied – Entscheider haben das Potenzial erkannt**

Auch die Wohnungswirtschaft sieht die Notwendigkeit, das eigene Vermietungsgeschäft zukünftig um neue Ertragsquellen zu erweitern, das bestätigt jeder zweite der befragten Aareal Bank-Kunden.

Entwicklungsmöglichkeiten sehen Entscheider dabei im Service-Umfeld, insbesondere im Angebot für Inklusivpakete, und bei Mobilität. Somit sind wesentliche Service-Wünsche erkannt worden.

- 48%** der Entscheider sehen Potenzial durch die Bereitstellung von Internet- und Infotainment-Paketen
- 30%** der Entscheider sehen hohes Potenzial in All-Inclusive-Wohnverträgen oder weiteren Unterstützungsservices (28 %).
- 31%** sehen im Angebot von Mobilitätskonzepten Potenzial für die Erschließung neuer Ertragsquellen.

„Die konsequente Erweiterung der Wertschöpfungskette rund um das Thema ‚Wohnen-als-Service‘ bietet enormes Potenzial für Wohnungsunternehmen.“

Offene, anonymisierte Antwort



## Welche Akteure kümmern sich Ihrer Meinung nach ausreichend darum, Wohn- und Lebensräume zukunftsfähig zu gestalten?



Stichprobengröße: 5.001; stat. Fehler: 2,5%; Befragungszeitraum: 01.02.2023 – 14.02.2023.

„Glasfaserausbau, gute Wohnqualität zu sozialverträglichen Preisen, Rundum-Sorglos-Pakete fürs Wohnen sowie die Entwicklung von Energiesparmodellen ermöglichen Wohnungsunternehmen, ihr Geschäftsmodell zu erweitern und zukunftsfähig zu gestalten.“

Offene anonymisierte Antwort, aus mehreren Antworten zusammengesetzt

### Neue Gestaltungsformen eröffnen

Mit neuen Serviceangeboten können sich Wohnungsunternehmen neue Ertragsquellen erschließen und gleichzeitig smarte Städte der Zukunft aktiv mitgestalten. Rund 6 von 10 Mietern sind der Meinung, dass weder Politik noch andere städtische Akteure genug tun, um Wohn- und Lebensumfelder zukunftsfähig zu entwickeln. In Kooperation mit Energieversorgern können Wohnungsunternehmen dieses Vakuum füllen und gleichzeitig ihre eigene Wettbewerbsfähigkeit stärken.

# FAZIT

Zukunft des Wohnens

## Mieterbedürfnisse im Fokus

Neben externen Treibern wie Gebäudesanierungen, Wohnungsknappheit und Energiewende zeigt sich in den Ergebnissen des Aareal Trendbarometers, dass besonders die Bedürfnisse und Anforderungen an die gemietete Wohnung und damit auch an die Vermieter sich seitens der Mieterinnen und Mieter spürbar ändern.

- ✓ **Die Megatrends Mobilität, Nachhaltigkeit und zukunftsfähige Infrastruktur spiegeln sich auch in der Erwartungshaltung der Mieter. Und mehr noch: Zur Lebensqualität der Zukunft gehört zudem Transparenz, insbesondere was den Einblick in Nebenkosten und Verbrauchsdaten angeht.**
- ✓ **Mieter haben klare Erwartungen und treten auch so den Vermietern gegenüber auf. Neben zusätzlichen Serviceangeboten wünschen sie sich auch neue Dialogformate und fordern Mitbestimmung bei Miet- und Kautionszahlung.**
- ✓ **Wohnungsunternehmen haben das Potenzial erkannt, das in der Berücksichtigung von veränderten Mieterbedürfnissen liegt. Gleichzeitig sehen sie sich aber nicht ausreichend auf die Zukunft vorbereitet. Besonders im Bereich Digitalisierung besteht noch Aufholbedarf.**

Hinweis: In diesem Report wird entweder die Doppelnennung oder das generische Maskulinum verwendet. Letzteres gilt hier gleichermaßen für sämtliche Geschlechter.



### Mieterfokus als Chance

Institutionelle Vermieter haben jetzt die Chance, mit neuen Service-Angeboten die Zukunft des Wohnens ganz individuell mitzugestalten. Wer heute beginnt, seine Prozesse und Services auf die Bedürfnisse der Mieter auszurichten, kann zusätzlich zum Vermietungsgeschäft neue Geschäftsfelder erschließen.

### Die Smart City zu realisieren, gelingt nur gemeinsam

Wohnungs- und Energiewirtschaft sind keine Konkurrenten, sondern sollten noch sehr viel stärker kooperieren. Diese Überzeugung wird auch von Entscheidern der Wohnungswirtschaft geteilt. Für fast drei Viertel (73 %) der Befragten können die anstehenden Herausforderungen nur branchenübergreifend gelöst werden. Und für 86 % der Befragten ist die branchenübergreifende Zusammenarbeit zwischen Wohnungs- und Energiewirtschaft für die Optimierung ihrer Geschäftsprozesse entscheidend.

Die Aareal Bank sieht sich als Brückenbauer, der heute schon mit Lösungen zur digitalen Verbrauchsabrechnung, zum automatisierten Zahlungs- und Rechnungverkehr und zum Mietkautionsmanagement Innovationen vorantreibt und verschiedene Branchen miteinander vernetzt.

### Informationen zur Methodik

Givey hat für die Aareal Bank vom 01.02.2023 – 15.02.2023 online deutschlandweit 5.000 Mieter (Wohnung oder Haus) ab 18 Jahren befragt. Die Ergebnisse sind aufgrund von Quotierungen und Gewichtungen repräsentativ unter Berücksichtigung des statistischen Fehlers von 2,5 (Gesamtergebnis).

Für die Entscheider-Umfrage wurden rund 150 wohnungswirtschaftliche Kunden der Aareal Bank befragt, einige Trends wurden in qualitativen Befragungen von Kunden aus der Energiewirtschaft bestätigt. Dieser Teil der Umfrage ist ein Stimmungsbild und erhebt keinen Anspruch auf Repräsentativität.

Interview mit Prof. Dr. Verena Rock

# Was wir brauchen, ist ein Ökosystem „lebenswerte Stadt“



Frau Prof. Dr. Verena Rock  
Professorin an der Fakultät Wirtschaft und Recht  
der der TH Aschaffenburg

Bildquelle: Frank Beck Fotografie

**Frau Professor Rock, Sie haben das Aareal Trendbarometer zur Zukunft des Wohnens in Beziehung zu ähnlichen Studien aus der Immobilienwirtschaft gesetzt. Wie ordnen Sie die Ergebnisse ein?**

Im Zuge der ESG-Debatte und der zunehmenden Forderung nach ökologischer Nachhaltigkeit und sozialem Wohnen in Städten gewinnen qualitative Faktoren und modernes, auch digital unterstütztes (sog. smartes) Wohnen, zunehmend an Bedeutung. Das belegt die aktuelle Studienlage. Und diese Entwicklung spiegelt sich auch in den Ergebnissen des Trendbarometers wider – insbesondere im Hinblick auf die wachsende Bedeutung von Mobilität, Sharing- Angeboten, nachhaltigen Gebäuden und schnellem Internet.

Allerdings geht diese Umfrage zur Zukunft des Wohnens thematisch mehr in die Tiefe als bisherige Studien, da hier ganz konkret zusätzlich gewünschte bzw. erwartete Services und Dienstleistungen seitens der Vermieter bei den Mietern erfragt werden. Hier zeigt sich einerseits, dass sogenannte Full-Service-Angebote von Vermietern auf entsprechende Nachfrage bei Mietern stoßen. Und es wird deutlich, dass Angebote im Sinne eines digitalen Smart Living-Ansatzes großes Potenzial für die Wohnungswirtschaft bieten. Dazu gehören Themen wie die Auswertung von Verbrauchsdaten in Echtzeit, Mobilitätsangebote, digitale Dialogformate oder Inklusiv-Angebote.

**Das heißt, die Branche hat das Potenzial für zukunftsfähige Geschäftsmodelle im Bereich Smart Living erkannt. Wo sehen Sie hier die Herausforderungen für die Wohnungswirtschaft?**

Laut Zukunftsinstitut können sich bis ins Jahr 2050 die Themen Gesundheit und Ökologie zur gestalterischen Triebfeder von Wohnquartieren, Städten und Kommunen entwickeln. Besonders im Fokus steht hierbei der Einfluss der Umgebung auf Stimmung und Wohlbefinden der Menschen. Um hier so etwas wie ein Ökosystem „lebenswerte Stadt“ entstehen zu lassen, braucht es eine Symbiose von Smart Living- und Smart City-Angeboten. Allerdings zeigt das Trendbarometer, dass nur für vier von zehn der befragten Experten aus der Wohnungswirtschaft die Vernetzung des einzelnen Wohngebäudes mit dem Quartier und der Stadt eine Rolle spielt. Bürokratische Hürden durch die Politik und mangelnde staatliche Förderung werden hier genannt. Zudem sieht sich die Branche in puncto Digitalisierung noch nicht ausreichend vorbereitet.

**Sie erwähnen die Notwendigkeit, ein Ökosystem „lebenswerte Stadt“ entstehen zu lassen. Welche Chancen bieten sich hier für die Wohnungswirtschaft?**

Chancen bieten sich zunächst in der branchenübergreifenden Vernetzung. Zur Bewältigung der Herausforderungen braucht es „Facilitators“ aus unterschiedlichen Industrien. Hier sind neben der

Wohnungswirtschaft auch die Energiewirtschaft oder externe Technologie- bzw. digitale Serviceanbieter zu nennen. Ebenso wichtig ist die Verzahnung mit der Politik bzw. der Stadt, um integrierte Angebote für die Mieter und Städte der Zukunft zu schaffen und Hürden wie Bürokratie und mangelnde staatliche Förderung zu überwinden.

Denn bei der Gestaltung des Ökosystems „lebenswerte Stadt“ und passender Lösungen sollten immer die Mieterbedürfnisse im Fokus stehen. Wie in der Umfrage deutlich wird, bieten sich hier für Wohnungsunternehmen vielfältige Möglichkeiten. Mieter sind offen für Lösungen mit erkennbaren Mehrwerten, ob monetär, in Sachen Komfort oder Nachhaltigkeit. Insbesondere die Umsetzung der ESG-Anforderungen kann eine Chance für Wohnungs- und Energieunternehmen sein, um neue Geschäftsfelder und Ertragsquellen zu erschließen. Die in der Umfrage sichtbar gewordene Akzeptanz von nachhaltigem Wohnen beispielsweise könnte genutzt werden, um nachhaltige, aber finanzierbare Wohnungen in städtischen Quartieren zu bauen oder zu revitalisieren. Tatsächlich gibt es bereits viele innovative Ideen und auch bereits Umsetzungsbeispiele in Richtung Smart Living und Smart City, die ökologische Nachhaltigkeit mit digitaler Effizienz, Mobilität und urbanem Innovationsgeist verbinden. Das Trendbarometer kann hier als Ausgangspunkt für neue Denkansätze dienen.

*Eine vertiefende wissenschaftliche Einordnung des Aareal Trendbarometers von Professor Rock finden Sie [hier](#).*



**Sie haben noch Fragen zu unserer Umfrage oder möchten sich zu den Ergebnissen mit uns austauschen? Wir freuen uns über einen anregenden Dialog!**

Kontaktieren Sie uns per E-Mail:  
[marketing@aareal-bank.com](mailto:marketing@aareal-bank.com)

Besuchen Sie uns auf unserer Website:  
[www.aareal-bank.com](http://www.aareal-bank.com)

Oder folgen Sie uns auf unseren Social-Media Kanälen:



**Aareal Bank AG**

Paulinenstraße 15 · 65189 Wiesbaden

Telefon: +49 611 348 0

E-Mail: [marketing@aareal-bank.com](mailto:marketing@aareal-bank.com)

[www.aareal-bank.com](http://www.aareal-bank.com)



**Aareal**  
YOUR COMPETITIVE ADVANTAGE.