



**Universität
Zürich^{UZH}**

Abschlussarbeit

zur Erlangung des
Master of Advanced Studies in Real Estate

**Megatrends mit Auswirkungen auf die Immobilienbranche.
Eine Untersuchung des Umgangs von Schweizer institutionellen
Investoren bezogen auf deren Wohnliegenschaften**

Verfasserin: Alexandra Steger

Eingereicht bei: Ulrike Gölker

Abgabedatum: 21.09.2020

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis	VI
Executive Summary	VII
1. Einleitung	1
1.1 Ausgangslage	1
1.2 Zielsetzung	2
1.3 Abgrenzung des Themas	3
1.4 Aufbau der Arbeit	4
2. Theoretische Grundlagen	5
2.1 Begrifflichkeiten und Definitionen	5
2.2 Entstehung und Hintergrund von Megatrends	6
2.3 Megatrends im Überblick	8
2.3.1 Demografische Entwicklung	9
2.3.2 Wertewandel der Gesellschaft	12
2.3.3 Digitalisierung	15
2.3.4 Nachhaltigkeit	17
3. Auswirkungen auf den Wohnimmobilienmarkt der Schweiz	22
3.1 Demografische Entwicklung	22
3.2 Wertewandel der Gesellschaft	24
3.3 Digitalisierung	26
3.4 Nachhaltigkeit	29
4. Empirische Untersuchung	34
4.1 Forschungsdesign	34
4.2 Erhebungsmethode	34
4.3 Erhebungsinstrument	35
4.4 Durchführung	35

4.5	Auswertung	36
5.	Auswertung und Erkenntnisse	39
5.1	These 1	39
5.2	These 2	45
5.3	These 3	49
5.4	These 4	54
6.	Schlussbetrachtung	56
6.1	Fazit	56
6.2	Diskussion und Ausblick	59
	Literaturverzeichnis	61
	Anhang	68

Abkürzungsverzeichnis

ARE	Bundesamt für Raumentwicklung
BFS	Bundesamt für Statistik
Breeam	Building Research Establishment Environmental Assessment Method
DGNB	Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen
ESG-Kriterien	(E) Environment (S) Social (G) Governance
GEAK	Gebäudeenergieausweis der Kantone
GRESB	Global Real Estate Sustainability Benchmark
IPD	Investment Property Databank
IuK	Informations- und Kommunikationstechnik
Leed	Leadership in Energy and Environmental Design
PR	Public Relation
PropTech	Property Technology
SNBS	Standard Nachhaltiges Bauen Schweiz
TJ	Terajoule
UVEK	Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Kategorisierung von Trends	5
Abbildung 2: Kondratieff-Zyklen und ihre Basisinnovationen.....	7
Abbildung 3: Die Megatrend-Map	9
Abbildung 4: Geburtenziffer pro Frau in der Schweiz	10
Abbildung 5: Lebenserwartung Männer und Frauen in der Schweiz	10
Abbildung 6: Alterspyramide der Schweizer Bevölkerung im Jahr 2020 und 2065.....	11
Abbildung 7: Von der Biografie zur Multigrafie – Lebensphasen	13
Abbildung 8: Die Entwicklung der digitalen Kultur	16
Abbildung 9: Das Drei-Dimensionen-Konzept	18
Abbildung 10: Die Überlastung der Welt.....	19
Abbildung 11: Anteil erneuerbare Energie am Endenergieverbrauch Schweiz	20
Abbildung 12: Schweizer Privathaushalte 1930–2018.....	22
Abbildung 13: Durchschnittliche Wohnfläche pro Person 1930–2018.....	23
Abbildung 14: Veränderung der Wohnungsgrundrisse	25
Abbildung 15: Intelligentes Wohnen.....	27
Abbildung 16: CO ₂ -Ausstoss nach Sektoren.....	30
Abbildung 17: Plusenergiehaus	31
Abbildung 18: Lowtech-Bürogebäude in Schlieren	43
Abbildung 19: Marktsegmentierung Wohnen im Alter.....	51
Abbildung 20: Gütesiegel für nachhaltiges Bauen	51
Abbildung 21: Wertschöpfungskette einer Immobilie	52

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Dimensionen der Nachhaltigkeit im Lebenszyklus einer Immobilie	31
Tabelle 2: Aufbau und thematische Unterteilung Interviewleitfaden	35
Tabelle 3: Auszug aus der Inhaltsanalyse.....	37
Tabelle 4: Zuordnung der Interviewfragen zu den Thesen.....	38

Executive Summary

Megatrends sind Treiber von tiefgreifenden Veränderungsprozessen, welche die Wirtschaft, die Politik und die Gesellschaft beeinflussen. Die vorliegende Arbeit soll aufzeigen, inwiefern Megatrends Auswirkungen auf die Immobilienbranche haben, und wie Schweizer institutionelle Investoren bezogen auf deren Wohnliegenschaften mit ihnen umgehen. Die Forschungsfrage wurde anhand von vier Thesen auf Basis qualitativer Experteninterviews untersucht.

Die Untersuchung hat ergeben, dass die Megatrends *demografische Entwicklung*, *Wertewandel der Gesellschaft* (Individualisierung), *Digitalisierung* und *Nachhaltigkeit* die stärksten Auswirkungen auf den Schweizer Wohnimmobilienmarkt bzw. auf die Wohnliegenschaften haben. Die Megatrends Demografische Entwicklung sowie Individualisierung führen zu innovativen und flexiblen Wohnungskonzepten in Form von Nischenangeboten. Die schnell voranschreitende Digitalisierung beschleunigt die Entwicklung der Megatrends. Im Vergleich zu anderen Branchen ist die digitale Transformation in der Immobilienwirtschaft allerdings noch nicht weit fortgeschritten. Die Schnelligkeit der technischen Komponenten, gekoppelt mit dem langen Lebenszyklus einer Immobilie, stellt eine grosse Herausforderung dar. Durch die Trennung von Hardware und Software kann hingegen Flexibilität gewonnen werden. Beim Megatrend Nachhaltigkeit erweist sich zur Zeit der Gesetzgeber als die treibende Kraft. Das wachsende ökologische Bewusstsein der Mieterschaft und der Anleger wird jedoch zukünftig das Handeln der Immobilieneigentümer verstärkt beeinflussen. Institutionelle Investoren sehen Megatrends vorwiegend als strategische Chance, insbesondere im langfristigen Investitionshorizont. Gelingt es ihnen, Megatrends erfolgreich zu interpretieren und die richtigen Rückschlüsse für das eigene Wohnportfolio zu ziehen, erreichen sie eine Wertschöpfungssteigerung. Bei der Berücksichtigung und Umsetzung von Megatrends auf Wohnliegenschaften sind die Kriterien Lage, Zielgruppe, Neubau und Bestand entscheidend. In Strategiepapieren nehmen Megatrends auf unterschiedlichen Ebenen Einfluss. Während gewisse Megatrends über das ganze Liegenschaftsportfolio angewendet werden, nehmen andere nur objektspezifisch Einfluss. Die institutionellen Investoren unterscheiden sich in der Handhabung der Megatrends bezüglich des Implementierungszeitpunktes, des Anwendungsbereiches im Portfolio sowie der Gewichtung der einzelnen Megatrends. Sie sind sich jedoch einig, dass das Analysieren und Berücksichtigen von Megatrends kontinuierlich an Relevanz gewinnt, da langfristig gesehen nur zukunftsfähige Liegenschaften wettbewerbsfähig sind und den Anlegern eine positive Wertentwicklung garantieren.

1. Einleitung

1.1 Ausgangslage

Megatrends sind Treiber des Wandels und haben einen vielfältigen Einfluss auf Menschen, Unternehmen, Branchen und verschiedene Lebensbereiche wie Politik, Gesellschaft, Kultur und Wirtschaft. Nicht zuletzt ist somit auch die Immobilienbranche von ihnen betroffen. Im Gegensatz zu vollkommenen Märkten mit homogenen Gütern, einer vollständigen Konkurrenz sowie Markttransparenz und einer schnellen Anpassungsfähigkeit an Veränderungen besteht der Immobilienmarkt aus heterogenen Gütern, einer begrenzten Anzahl an Marktteilnehmern, einer geringen Markttransparenz und zeigt ebenfalls eine geringe Anpassungsfähigkeit an Marktveränderungen. Die Immobilie selbst als Wirtschaftsgut weist im Vergleich zu Produktions- oder Wirtschaftsgütern anderer Branchen die Besonderheit ihrer Langlebigkeit und Immobilität auf. Unter diese Charaktereigenschaften fällt einerseits der lange Lebenszyklus einer Immobilie. Die Umsetzung einer Projektidee bis zur Fertigstellung und Vermietung oder Vermarktung einer Immobilie kann aufgrund von Bewilligungsverfahren und der langen Bauzeit mehrere Jahre dauern. Ist die Immobilie fertiggestellt und bezogen, steht ihr eine lange Nutzungsdauer bevor, bis sie letztlich umgenutzt, saniert oder abgerissen wird. Des Weiteren sind Immobilien standortgebunden und, wie der Name bereits sagt, immobile und unbewegliche Güter (Vornholz, 2017, S. 11–16). Die Eigenschaft der Langfristigkeit zeigt sich auch in der langfristigen und hohen Kapitalbindung. Die Baukosten amortisieren sich meistens erst nach einer langen Haltedauer. Aufgrund dieser Charaktereigenschaften kann in der Immobilienbranche nicht so schnell und flexibel auf Nachfrageänderungen reagiert werden wie bei anderen Gütern. Ist die Immobilie nicht mehr marktfähig, können Leerstände entstehen, welche wiederum einen negativen Einfluss auf den Wert der Immobilie haben und letztlich einen Verlust für Eigentümer darstellen können. Um dem entgegenzuwirken, ist es bedeutend, dass Immobilien der Nachfrage entsprechen. Deshalb müssen Megatrends frühzeitig identifiziert werden (Zumdick, 2013, S. 5). Megatrends beeinflussen das Angebot sowie die Nachfrage nach Immobilien und sind demzufolge bestimmende Werttreiber für Immobilien (Vornholz, 2017, S. 144). Eine frühzeitige Erkennung und Bewertung von Megatrends und Subtrends, welche in deren Umfeld wirken, sowie eine Auseinandersetzung damit, wie diese in der Praxis klug genutzt und umgesetzt werden können, ist zentral.

In der Schweiz wird von EY Real Estate Schweiz eine jährliche Onlinebefragung ‹Trendbarometer Immobilien-Investmentmarkt Schweiz› unter den führenden Schweizer Investoren durchgeführt. Dabei werden Transaktions- und Investment- sowie Megatrends thematisiert. Die Umfrage hat gezeigt, dass die Bevölkerungsentwicklung sowie die Digitalisierung den Immobilienmarkt der Schweiz in den nächsten zehn Jahren massgeblich beeinflussen werden. Im Vergleich zur Umfrage im Jahr 2019 hat zudem der Klimawandel stark an Bedeutung gewonnen und war somit nebst dem demografischen Wandel und der Digitalisierung der am dritthäufigsten genannte Megatrend (EY Real Estate Schweiz, 2020, S. 20).

1.2 Zielsetzung

Es stellt sich die Frage, inwiefern sich institutionelle Schweizer Investoren aus der Immobilienbranche mit dem Thema Megatrends beschäftigen. Zudem soll eruiert werden, wie sie sich gegenüber Megatrends verhalten und mit den Informationen umgehen sowie welche aus ihrer Sicht die relevanten Megatrends sind. Weiter ist von Interesse, ob die erkannten Megatrends in der Immobilienstrategie berücksichtigt und in der Wertschöpfungskette von Wohnimmobilien miteinbezogen werden.

Die zentrale Fragestellung der vorliegenden Arbeit lautet demnach: Welche Auswirkungen haben Megatrends auf die Immobilienbranche und insbesondere auf Wohnliegenschaften, und wie gehen Schweizer institutionelle Investoren bezogen auf Letztere damit um? Um die Forschungsfrage beantworten zu können, werden die vier folgenden Thesen formuliert:

1. Der Wohnungsmarkt der Schweiz wird nicht von allen Megatrends gleich stark beeinflusst. Individualisierung, demografische Entwicklung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit zählen zu den wahrgenommenen Haupttreibern.
2. Megatrends werden von den institutionellen Investoren grundsätzlich als Chancen wahrgenommen, um zum Beispiel in Nischenprodukte zu investieren und neue Dienstleistungen anzubieten, um daraus wiederum eine Mehrrendite im Vergleich zur herkömmlichen Nutzung zu erzielen. Trotzdem fehlt es oft an der tatsächlichen Umsetzung.
3. Megatrends haben Auswirkungen auf die Wertschöpfungskette einer Wohnimmobilie. Aus diesem Grund müssen sich Investoren mit diesem Thema aktiv auseinandersetzen und Megatrends müssen folglich ein fester Bestandteil der Immobilienstrategie sein.

4. Aufgrund der ‹Immobilität› und des langen Lebenszyklus von Wohnliegenschaften sind diese zu träge, um auf Trends reagieren zu können. Daher können Megatrends nicht im gleichen Mass auf den Wohnungsmarkt übertragen werden wie auf andere Branchen (beispielsweise die Automobilbranche).

Für die Plausibilisierung der Thesen wurden Experteninterviews auf Basis eines Interviewleitfadens geführt. Eine ausführliche Beschreibung dazu ist im Kapitel 4 zu finden.

1.3 Abgrenzung des Themas

Für die vorliegende Arbeit wurde das Forschungsthema in räumlicher Hinsicht auf die Schweiz sowie auf das Teilssegment Wohnimmobilien eingegrenzt. Demnach beleuchtet die Autorin den Schweizer Immobilienmarkt bezogen auf Wohnliegenschaften. Folglich wurden auch nur Schweizer institutionelle Investoren der Immobilienbranche als Interviewpartner befragt, was im Kapitel 4 genauer erläutert wird.

Weiter wurde das Forschungsthema insofern eingegrenzt, als dass nur eine bestimmte, für die Immobilienbranche relevante Auswahl von Megatrends ausführlich behandelt wurde. Die Auswahl der einzelnen Megatrends gestaltete sich in gewisser Weise herausfordernd, da diese nicht isoliert voneinander betrachtet werden können. Denn sie haben die Eigenschaft, dass sie sich gegenseitig beeinflussen und vernetzt wirken (mehr dazu im Kapitel 2). Auch die Benennung der Megatrends wird oftmals unterschiedlich gehandhabt.

Als Basis für deren Auswahl dienten die zwölf definierten Megatrends des Trend- und Forschungszentrums Zukunftsinstitut Deutschland. Diese lauten wie folgt: New Work, Gesundheit, Globalisierung, Sicherheit, Gender-Shift, Wissenskultur, Urbanisierung, Mobilität, Silver Society, Individualisierung, Konnektivität und Neo-Ökologie.

In einem weiteren Schritt wurde die Relevanz dieser Megatrends in Bezug auf das Forschungsthema abgewogen. Die Megatrends New Work, Gesundheit, Globalisierung, Sicherheit und Wissenskultur wurden als zu wenig relevant eingestuft und daher nicht weiterführend behandelt. Die Megatrends Urbanisierung und Mobilität wurden für den globalen Immobilienmarkt grundsätzlich als signifikant, jedoch im nationalen Kontext als weniger bedeutend eingestuft. Gründe dafür waren einerseits die geografische Grösse und überdurchschnittlich gute Infrastruktur in der Schweiz sowie die fehlende Existenz von sogenannten Megacities. Daher wurde entschieden, diese zwei Megatrends nicht ausführlich zu behandeln. Die Megatrends Silver Society, Individualisierung, Konnektivität und Neo-Ökologie hingegen wurden für die Immobilienbranche und insbesondere für

Wohnimmobilien als am entscheidendsten eingestuft. Für die vorliegende Arbeit werden die ausgewählten Megatrends in Anlehnung an das Zukunftsinstitut wie folgt genannt:

- Demografische Entwicklung (bezieht sich auf Silver Society)
- Wertewandel der Gesellschaft (bezieht sich auf Individualisierung)
- Digitalisierung (bezieht sich auf Konnektivität)
- Nachhaltigkeit (bezieht sich auf Neo-Ökologie)

Aufgrund der eingangs erwähnten Komplexität und Wechselwirkung der Megatrends ist nicht auszuschließen, dass die acht nicht näher beleuchteten Megatrends bei der Untersuchung der vier ausgewählten Megatrends wieder thematisiert werden. Ebenfalls besteht die Möglichkeit, dass sich daher gewisse Redundanzen im Verlauf der Arbeit ergeben.

Für die einfachere Lesbarkeit wird in der vorliegenden Arbeit die maskuline Sprachform bei personenbezogenen Substantiven angewendet. Dies soll keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts bedeuten, sondern soll geschlechtsunabhängig verstanden werden.

1.4 Aufbau der Arbeit

Die Arbeit ist in fünf Kapitel unterteilt und beginnt mit dem Kapitel 1, der Einleitung. Diese beinhaltet die Problemstellung und Abgrenzung des Themas sowie den Aufbau der Arbeit. Das Kapitel 2 soll ein grundlegendes Verständnis für Megatrends schaffen, indem in einem ersten Schritt die relevantesten Begriffe definiert und die Entstehung sowie der Hintergrund von Megatrends erläutert werden. Im letzten Teil dieses Kapitels wird konkret auf vier ausgewählte Megatrends eingegangen, welche im Kapitel 3 auf die Immobilienbranche, bezogen auf Wohnliegenschaften, heruntergebrochen werden. In diesem Kapitel wird aufgezeigt, inwiefern sich der jeweilige ausgewählte Megatrend auf Wohnimmobilien auswirkt. Das Kapitel 4 widmet sich der empirischen Untersuchung dieser Arbeit und das methodische Vorgehen in Bezug auf das Forschungsdesign wird aufgezeigt. Die Erkenntnisse aus den geführten Interviews werden schlussendlich in Kapitel 5 aufgeführt und zusammengefasst. In einer Schlussbetrachtung in Kapitel 6 wird ein reflektierender Blick auf den Forschungsprozess geworfen und ein Ausblick gegeben.

2. Theoretische Grundlagen

In diesem Kapitel werden die für die Arbeit relevantesten Begriffe erklärt, um Missverständnisse zu verhindern und ein klares Verständnis der Arbeit zu fördern. Weiter werden in diesem Kapitel die Entstehung und die Hintergründe von Megatrends beleuchtet. Abschliessend werden vier ausgewählte Megatrends im Detail beschrieben, um ein allgemeines Verständnis zu schaffen, bevor diese dann im Kapitel 3 bezogen auf die Immobilienbranche bzw. Wohnimmobilien betrachtet werden.

2.1 Begrifflichkeiten und Definitionen

Der Begriff Trend wird im Alltag oftmals als Synonym für kurzfristige Modetrends oder Hypes verwendet. In der Trend- und Zukunftsforschung gibt es jedoch unterschiedliche Formen und Definitionen für Trends. Sie sind zudem oftmals nicht starr voneinander abgrenzbar, sondern können sich überlagern und unterscheiden sich weiter in ihrer Wirkungsdauer und -tiefe. Abbildung 2 illustriert eine Klassifizierung der Trendformen und -ebenen (Horx, T., Kirig, A., Kristandl, C., Muntschick, V., Papasabbas, L., Rauch, C., Schuldt, C., Seitz, J. & Senft, J., 2018a, S. 11).

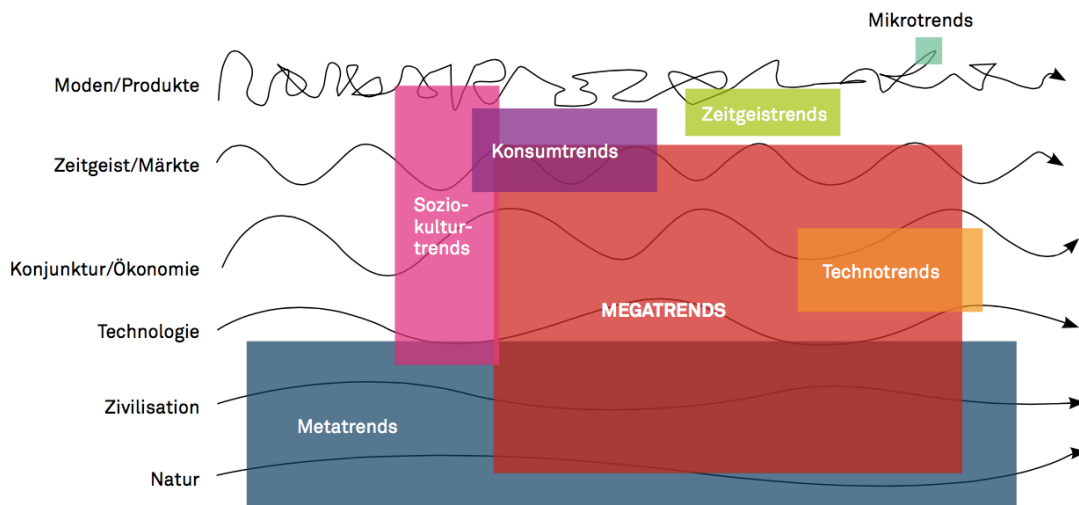


Abbildung 1: Kategorisierung von Trends (Horx et al., 2018a, S. 12)

Die untenstehende Beschreibung der Trendformen richtet sich absteigend nach der Wirkungsdauer und -tiefe:

Mikrotrends: Mikrotrends sind oftmals Produkt- und Modetrends, welche nur im kleinen Mass und lokal beobachtbar sind. Diese erlangen nur kurzfristig, zum Beispiel saisonal, Aufmerksamkeit und werden oftmals durch mediale Inszenierung gelenkt (Gondring, 2012, S. 16).

Konsum- und Zeitgeisttrends: Diese Trendform ist in der Regel kurz- bis mittelfristiger Natur und ist oft in der Welt von Konsum- und Produktgüter auffindbar. Diese Trendform bringt einen Wandel in Bezug auf die Verbraucherwünsche. Diese Trendkategorie ist relativ stark von Megatrends getrieben, beispielsweise der Trend Zero-Waste ist Teil des Megatrends Neo-Ökologie (Horx et al., 2018a, S. 12).

Technotrends: Technotrends treten mittelfristig (max. fünf Jahre) in Erscheinung und bewegen sich zwischen Konsumenten- und Megatrends. Technotrends bringen, wie der Name sagt, Veränderungen im Bereich von neuen Technologien (Gondring, 2012, S. 18).

Soziokulturelle Trends: Diese Form von Trends ist charakterisiert durch einen längeren Zeithorizont als die Techno-, Konsum- und Zeitgeisttrends und zeigen vor allem Veränderungsprozesse auf der sozialen, gesellschaftlichen und technologischen Ebene. Das Zukunftsinstitut nennt den Wellnesstrend als Beispiel für einen soziokulturellen Trend (Horx et al., 2018a, S. 11).

Megatrends: Megatrends sind langfristige und tiefgreifende Trends, welche ganze Bereiche wie Ökonomie, Politik, Technologie und Gesellschaft fundamental verändern (Vornholz, 2017, S. 144). Eine detaillierte Beschreibung von Megatrends ist im Folgekapitel Entstehung und Hintergrund von Megatrends zu finden.

Metatrends: Metatrends haben mit hunderttausenden Jahren die längste Wirkungsdauer und -tiefe. Diese finden beispielsweise auf Ebene der Natur sowie der Zivilisationsformen statt (Horx et al., 2018a, S. 10).

2.2 Entstehung und Hintergrund von Megatrends

Der Begründer des Begriffs Megatrend ist der amerikanische Trendforscher John Naisbitt. Er publizierte im Jahr 1982 den Weltbestseller *«Megatrends»*. *«Megatrends [... are] large social, economic, political, and technological changes [...], they influence us for some time»* (Naisbitt, 1982, S. 10).

Megatrends können als die Blockbuster des Wandels bezeichnet werden. Trends, die einen grossen, epochalen und langfristigen Charakter haben, beeinflussen ganze Branchen und ziehen sich durch alle Lebensbereiche. Während Trends nur wenige Jahre wirken, haben Megatrends eine Auswirkung über mehrere Jahrzehnte (Zukunftsinstitut, ohne Datum). Trend- und Zukunftsforscher definieren Megatrends als *«eine die Wirtschaft, Politik, Gesellschaft und Kultur umfassende Grundströmung mit einer Wirkungsweite von 30–50 Jahren»* (Gondring, 2012, S. 14).

Auch der russische Ökonom Kondratieff sprach bereits in seinem 1926 veröffentlichten Buch über die sogenannten «langen Wellen der Konjunktur». Diese werden auch als Kondratieff-Zyklen bezeichnet. Sie bestanden ursprünglich aus drei Wellen und wurden bis heute durch eine vierte, fünfte und sechste Welle ergänzt, wie die Abbildung 2 veranschaulicht.

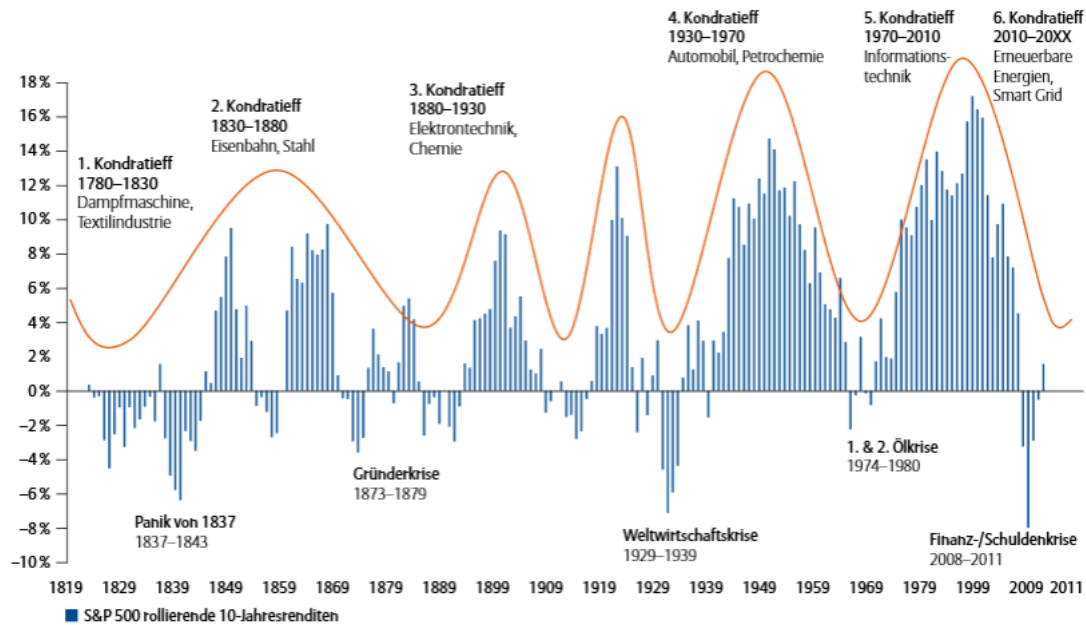


Abbildung 2: Kondratieff-Zyklen und ihre Basisinnovationen (Gondring, 2012, S. 15)

Das Modell wird auch im Zusammenhang mit den globalen Wirtschaftskrisen illustriert. Eine Basisinnovation, beispielsweise die Elektrifizierung während der 1930er-Jahre, bewirkt einen langfristigen Wirtschaftsaufschwung und Investitionsschub, welcher dann nach einer gewissen Zeit wieder abflacht, bis eine neue Innovation einen neuen Zyklus generiert. Am Anfang von jeder Welle steht dabei eine neue, umwälzende Technik, die erhebliche Veränderungen in der Wirtschaft bewirkt (Nefiodow & Nefiodow, 2014). In der Trend- und Zukunftsforschung gilt daher Kondratieff als Initiator für das Erklärungsmodell «Megatrends» (Gondring, 2012, S. 14–15).

Megatrends verlaufen nicht eindimensional, sondern beeinflussen sich gegenseitig. So beeinflussen beispielsweise die Megatrends demografischer Wandel sowie Gesundheit die Silver Society. Der Megatrend Urbanisierung hat einen starken Einfluss auf den Megatrend Mobilität. Dieser wiederum hat eine Wirkung auf den Megatrend Nachhaltigkeit (Zukunftsinstitut, ohne Datum). Ein Megatrend kann jedoch paradoxerweise auch Gegen-trends oder eine Gegenbewegung auslösen, so zum Beispiel der Megatrend Globalisie-

nung: Das Leben oder auch die Weltwirtschaft wird zwar immer vernetzter und internationaler, dennoch ist feststellbar, dass Menschen beispielsweise immer mehr Produkte aus lokaler Herstellung konsumieren (Glokalisierung) und auch Unternehmen ihre Standortwahl so treffen, dass sie absatznah produzieren können (Horx et al., 2018g, S. 11).

Der Begriff Megatrend wird unterschiedlich verwendet und in der Literatur gibt es eine Vielzahl von beschriebenen Eigenschaften. Die häufigsten Übereinstimmungen in der Literatur charakterisieren Megatrends wie folgt (Gondring, 2012, S. 16–19):

- Dauer: Ein Megatrend hat eine Dauer von mindestens 30-50 Jahren;
- Ubiquität: Ein Megatrend wirkt sich auf alle Lebensbereiche wie die Wirtschaft, den Wertewandel, das politische System sowie das Zusammenleben von Menschen aus;
- Globalität: Megatrends haben einen globalen Charakter. Sie müssen nicht zwangsläufig allerorts zur selben Zeit gleich stark ausgeprägt sein oder auftreten, doch sie sind früher oder später überall auf der Welt zu beobachten und verkräften auch vorübergehende Rückschläge, ohne an Bedeutung zu verlieren;
- Komplexität: Megatrends weisen eine Mehrschichtigkeit und -dimensionalität auf und erzeugen Wechselwirkungen.

Das anschliessende Kapitel soll einen Überblick über die bedeutendsten Megatrends liefern.

2.3 Megatrends im Überblick

Das Zukunftsinstitut Deutschland zählt zu den bedeutendsten Thinktanks der Trend- und Zukunftsforschung. Die vom Institut entworfene Megatrend-Map veranschaulicht die bedeutendsten zwölf Megatrends und ist ein zentrales Instrument für das Zukunftsinstitut. Aus der Map in Abbildung 3 (Grossformat vgl. Anhang C) ist ersichtlich, wie vernetzt und abhängig die Megatrends voneinander sind und wie aus den einzelnen Megatrends wiederum Subtrends entstehen. Die zwölf vom Zukunftsinstitut definierten Megatrends lauten wie folgt: Gender-Shift, New Work, Neo-Ökologie, Silver Society, Individualisierung, Gesundheit, Globalisierung, Urbanisierung, Mobilität, Konnektivität, Sicherheit und Wissenskultur (Zukunftsinstitut, ohne Datum):

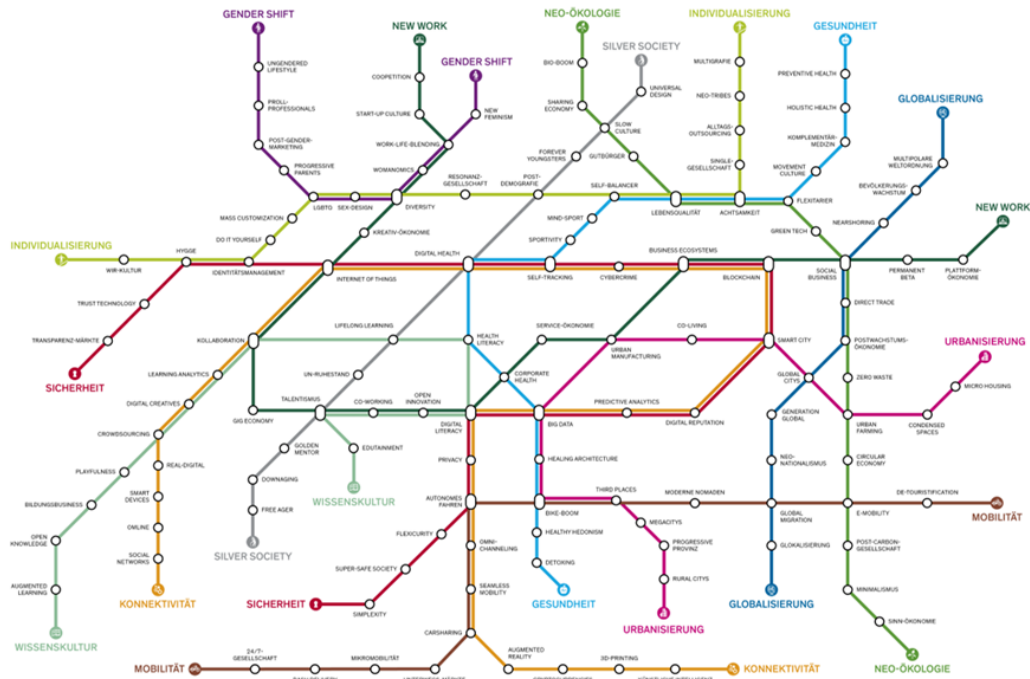


Abbildung 3: Die Megatrend-Map (Zukunftsinstitut, ohne Datum)

Im folgenden Kapitel werden die ausgewählten Megatrends demografische Entwicklung, Wertewandel der Gesellschaft, Digitalisierung und Nachhaltigkeit genauer behandelt.

2.3.1 Demografische Entwicklung

Der Megatrend der demografischen Entwicklung wird massgeblich von zwei Parametern bestimmt: der Geburtenhäufigkeit je Frau und der Lebenserwartung der Bevölkerung. Für die Berechnung der Bevölkerungsentwicklung eines bestimmten Landes ist zudem der Parameter Wanderungssaldo zu beachten (Gondring, 2012, S. 21). Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wird dieser Aspekt jedoch nicht weiter behandelt.

Seit Anfangs des 20. Jahrhunderts sinkt die Geburtenziffer, auch als Fertilität bezeichnet, einer gebärfähigen Frau. Diese Tendenz ist vor allem in den Industrieländern auf der ganzen Welt sowie auch in der Schweiz feststellbar (Gondring, 2012, S. 21–22). Während eine Frau in der Schweiz um 1900 durchschnittlich 3.7 Kinder gebar, fiel die Geburtenziffer in den 1960er-Jahren auf 2.5 und hat sich seit den 1970er-Jahren bei 1.5 Kindern eingependelt, wie Abbildung 4 veranschaulicht (BFS, 2019a).

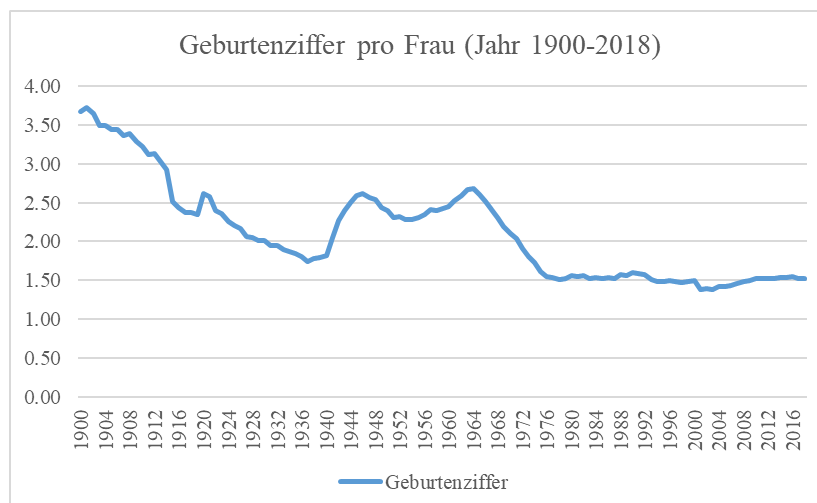


Abbildung 4: Geburtenziffer pro Frau in der Schweiz (Daten: BFS, 2019a)

Im Gegenzug steigt die Lebenserwartung der Bevölkerung in der Schweiz stetig an. Die durchschnittliche Lebenserwartung von Männern bzw. Frauen betrug im Jahr 2018 bei der Geburt knapp 82 (Männer) respektive 85.6 Jahre (Frauen). Im Vergleich zu den zwei vorgehenden Generationen leben die Schweizerinnen und Schweizer heute 30 Jahre länger. Auch im internationalen Vergleich nimmt die Schweiz einen Spitzenplatz ein (Achermann, S. & Sigrist, 2017, S. 15). Abbildung 5 zeigt die Lebenserwartung in der Schweiz während den letzten 40 Jahren (BFS, 2019b).

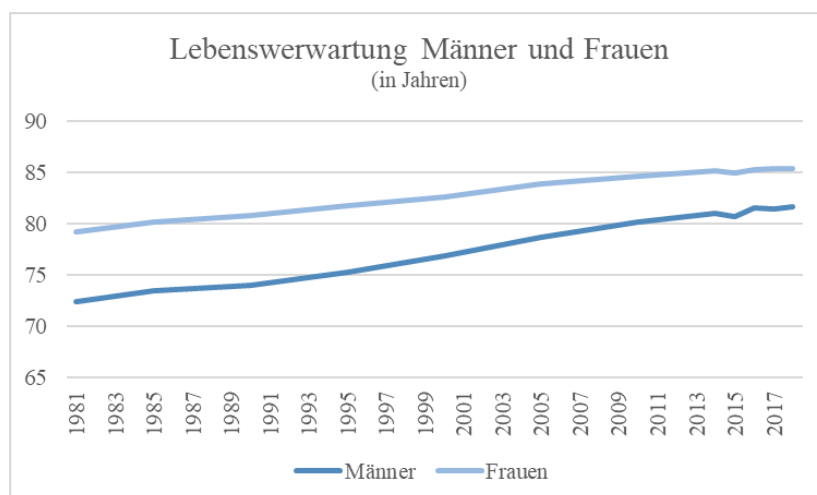


Abbildung 5: Lebenserwartung Männer und Frauen in der Schweiz
(Daten: BFS, 2019b)

In der Schweiz leben 8.6 Millionen Menschen (Stand 2019). Dies kommt im Vergleich zum Jahr 1945 mit 4.4 Millionen Einwohnern einer Verdoppelung nahe. Gemäss dem Bundesamt für Statistik wurden drei verschiedene Zukunftsszenarien für die Bevölkerungsentwicklung in der Schweiz berechnet. Das Referenzszenario basiert auf der kontinuierlichen Entwicklung der letzten Jahre. Dies bedeutet, dass die Anzahl der Personen

mit ständigem Aufenthalt in der Schweiz bis 2030 auf 9,4 Millionen ansteigt und im Jahr 2050 insgesamt 10,4 Millionen erreicht. Des Weiteren wird bei diesem Szenario prognostiziert, dass die Alterung der Bevölkerung weiter fortschreiten und sich zwischen 2020 und 2030 weiter beschleunigen wird. Die Bevölkerungsgruppe der 65-Jährigen und älteren Menschen erhöht sich von 1,6 Millionen im Jahr 2020 auf 2,1 Millionen im Jahr 2030 und auf 2,7 Millionen im Jahr 2050. Ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung steigt von 18,9 % im Jahr 2020 auf 25,6 % im Jahr 2050. Aufgrund der Alterung der Generation Babyboomer (geburtstarke Jahre 1945 bis 1960) und der deshalb zunehmenden Sterberate wird sich das Bevölkerungswachstum ab 2040 leicht verlangsamen. Ein Blick auf die Schweizer Altersstruktur zeigt, dass die Altersgruppe der 40- bis 65-Jährigen mit rund 35 % den grössten Anteil der Schweizer Bevölkerung ausmacht. In den nächsten 30 Jahren wird sich die Alterspyramide von einer Tannenform (2020) in eine Art Urnenform verändern (BFS, ohne Datum). Die Abbildung 7 zeigt das heutige Abbild der Bevölkerungsstruktur und das Zukunftsszenario im Jahr 2065.

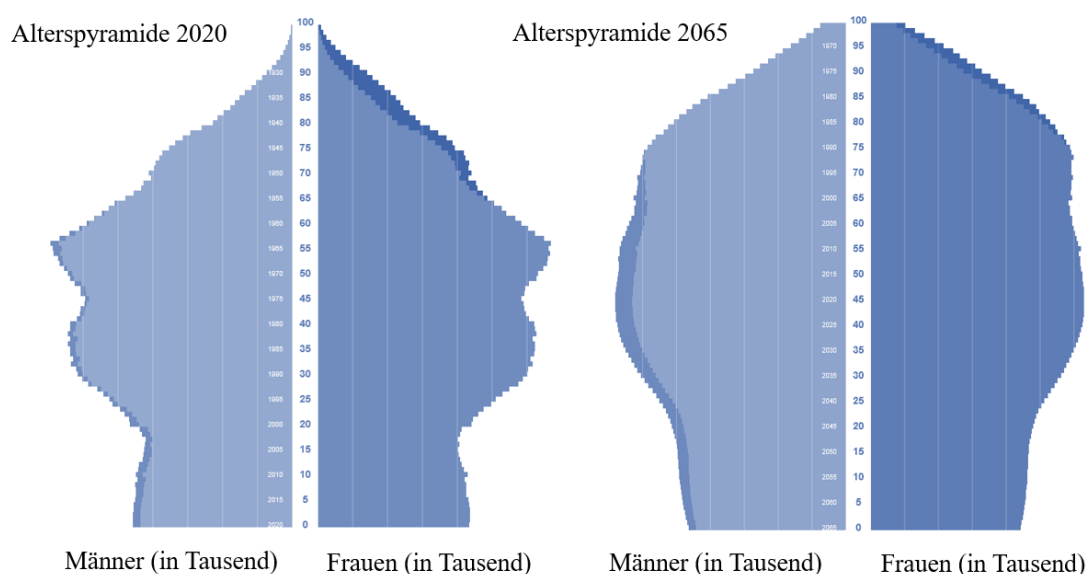


Abbildung 6: Alterspyramide der Schweizer Bevölkerung im Jahr 2020 und 2065 (BFS, 2020a)

Die Vorhersagen über die demografische Entwicklung scheinen demnach eindeutig zu sein. Die sinkende Geburtenrate gekoppelt mit einer steigenden Lebenserwartung sind die Treiber für die Verschiebung der Altersstruktur. Die Überalterung der Gesellschaft, welche in der Trendforschung auch Silver Society genannt wird, wird durch den steigenden Wohlstand und die fortschrittliche Medizin begünstigt. Menschen bleiben im Alter länger gesund und agil (Horx et al., 2018b, S. 3–7). Eine Verlinkung zum Megatrend Gesundheit und Digitalisierung ist hier klar ersichtlich. Die Generation Babyboomer ist

jedoch nicht nur körperlich, sondern auch geistig länger fit und agiler sowie selbstbestimmter und technologieaffiner wie die Generationen zuvor. Dies hat zur Folge, dass sich die ursprüngliche Lebensphase nach dem Renteneintritt nicht nur verlängert, sondern generell neu definiert wird. Dieser Wandlungsprozess ist eng mit dem Megatrend Wertewandel der Gesellschaft verknüpft, welcher im nächsten Kapitel genauer behandelt wird (Achermann & Sigrist, 2017, S. 14–19).

2.3.2 Wertewandel der Gesellschaft

Der Megatrend gesellschaftlicher Wertewandel steht im engen Zusammenhang mit dem Megatrend demografische Entwicklung der Bevölkerung und wird zusätzlich durch eine Vernetzung von vielen weiteren Trends beeinflusst. In der Soziologie wird unter dem Begriff Wertewandel der Gesellschaft eine tiefgreifende Veränderung von Wertevorstellungen, Werten und Wertesystemen verstanden. Diese Veränderungen haben demzufolge einen Einfluss auf das Zusammenleben einer Gesellschaft, was sich letztlich auf weitere Lebensbereiche wie Kultur, Politik und Wirtschaft auswirkt (Deutsche Hypothekbank, 2014, S. 11).

Haupttreiber des Wertewandels ist die voranschreitende Individualisierung der Menschen, sozusagen der Weg zum Ich (Deutsche Hypothekbank, 2014, S. 12). Die Menschen sehen sich nicht mehr in der grossen Masse der Gesellschaft, sondern als einzigartiges Individuum. Disziplin, Fleiss und Treue rücken heute in den Hintergrund, während Selbstverwirklichung, Einzigartigkeit, Freiheit und Flexibilität im Mittelpunkt stehen. Die Wahlfreiheit des Lebensstils, des Berufs, des Konsums und nicht zuletzt auch bei der Familiengründung nimmt eine bedeutende Stellung ein (Gondring, 2012, S. 40–41).

Der individuelle Mensch soll das Recht haben, sein Leben und seinen Lebensstil unabhängig von Geschlecht, Alter, Religionszugehörigkeit und Herkunft selbst zu wählen. Daraus resultiert, dass traditionelle Lebensstile und -formen, wie sie von früher bekannt sind, nach und nach verschwinden. Der klassische Lebenslauf, beginnend mit dem Kindesalter, der Jugend- und Familienphase und dem Ruhestand, ist immer seltener anzutreffen. Die heutige Biografie ist dadurch gekennzeichnet, dass sich alle Lebensabschnitte nach hinten verschieben. Folglich entwickeln sich im Vergleich zu früher neue Lebensphasen, was aus der Abbildung 7 hervorgeht. Das Erwachsenenalter sowie die Familienplanung beginnen heute später und sind durch einen häufigen Job-, Partner- sowie Wohnortwechsel gekennzeichnet (Gondring, 2012, S. 42–68). Auch die letzte Lebensabschnittsphase beginnt heute nicht mehr mit 65 Jahren, sondern später. Durch die individualisierte Gesellschaft gekoppelt mit einer immer höheren Lebenserwartung und immer

besser werdenden medizinischen Möglichkeiten wird der klassische Ruhestand verlängert. Die Generation 65+ ist fitter und agiler denn je und sieht ihre letzte Lebensphase nicht als passives Rentnerdasein. Angehörige dieser Generation sind oftmals immer noch überaus aktiv und Teilzeit berufstätig. Aus diesem Grund wird die letzte Phase als Un-Ruhestand bezeichnet (Horx et al., 2018c, S. 10).

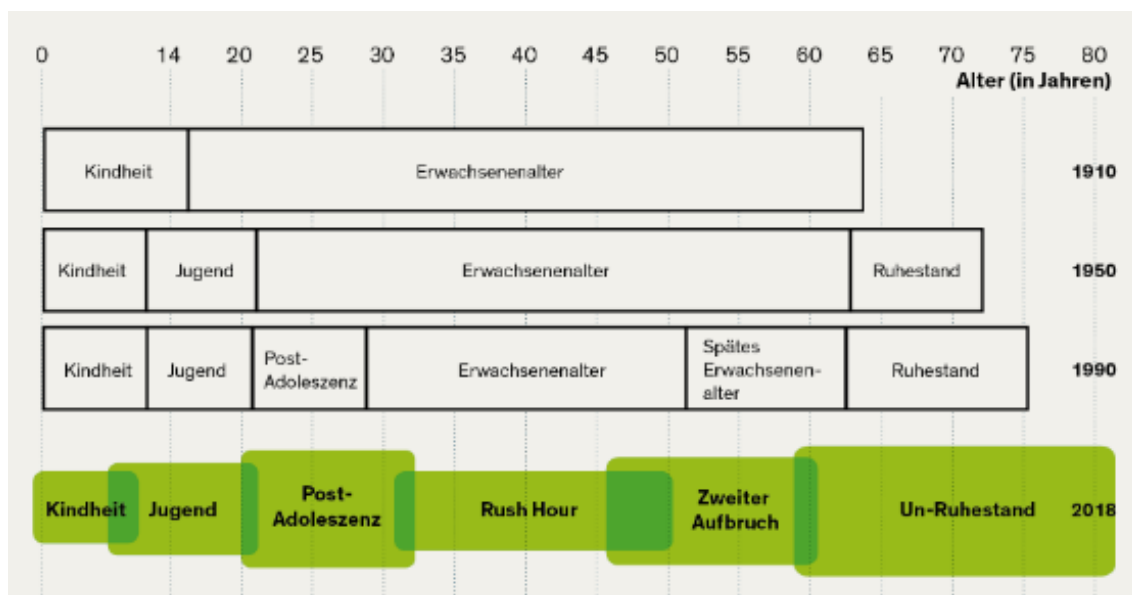


Abbildung 7: Von der Biografie zur Multigrafie – Lebensphasen (Horx et al., 2018c, S. 11)

Die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts wird als Wissensgesellschaft bezeichnet (Vornholz, 2017, S. 159). Immer mehr Menschen verfügen über einen Hochschulabschluss. In Deutschland beispielsweise ist seit dem Jahr 2001 ein überproportionaler Anstieg an Abschlüssen an Hochschulen oder Universitäten feststellbar (Deutsche Hypothekbank, 2014, S.11). Ein ähnliches Bild zeigt sich auch in der Schweiz. Entscheidend dabei ist, dass auch immer mehr Frauen sich für den Weg eines Studiums entscheiden. An Schweizer Hochschulen sowie Universitäten sind inzwischen mehr Frauen als Männer immatrikuliert (BFS, ohne Datum). Dieser Fakt sowie die stetige Zunahme der Erwerbstätigkeit von Frauen bilden einen weiteren Treiber des Wertewandels der Gesellschaft und werden als «Female Shift» oder «Gender-Shift» bezeichnet (Deutsche Hypothekbank, 2014, S. 11–12). Female Shift bezieht sich jedoch nicht nur auf die Bildungsentwicklung der Frauen, sondern auf die generelle und auch wirtschaftliche Gleichstellung der Frau in der heutigen Gesellschaft. Das klassische Rollenmuster verliert an Bedeutung. Immer mehr Frauen sind erwerbstätig und auch in Führungspositionen anzutreffen. Weibliche Eigenschaften wie eine hohe Kommunikationsfähigkeit oder feinfühliges Sozialkompetenz könnten Unternehmenskulturen und Führungsstile zukünftig verändern. Die Steigerung der Erwerbstätigkeit der Frau hat nicht zuletzt auch Auswirkungen auf das Familienleben

(Gondring, 2012, S. 45). Nicht grundlos wird diese Phase des Lebens zwischen 30 und 45 Jahren als Rushhour bezeichnet (vgl. Abbildung 7). Karriere und Familie zu vereinbaren, kann zu Herausforderungen führen (Horx et al., 2018c, S. 11).

Die Digitalisierung ist ein weiterer Treiber der Individualisierung und somit des Wertewandels der Gesellschaft. Die zunehmende technische Vernetzung führt zu einer sozialen Vernetzung, wobei jedes Individuum mehr Mit- und Selbstbestimmung zum Ausdruck bringen kann (Zukunftsinstitut, ohne Datum). Mobiltelefone gelten als wesentlicher Beschleuniger für das Voranschreiten der weltweiten Vernetzung. Die Entwicklung des Smartphones oder Tablets hat diesen Prozess nochmals beschleunigt. Gemäss dem Global Digital Report gab es 2018 rund 5,1 Milliarden Social-Media-Nutzer und ebenso viele Nutzer von mobilen Geräten. Letztere verzeichnen eine jährliche Steigerung von 4 % (Bouwman, 2018). Durch die weltweite Vernetzung verlieren Raum und Ort an Bedeutung (Horx et al., 2018d, S. 22). Individuen können dadurch ortsunabhängig miteinander kommunizieren, sind jederzeit erreichbar und können sich auf Blogs austauschen oder selbst darstellen. Durch Shares, Likes, Ratings oder Kommentarfunktionen wird zudem ein aktives Partizipieren sowie ein Generieren von Feedbacks ermöglicht. Individuen haben dadurch einen grösseren Einfluss denn je und können so das Netz aktiv mitgestalten (Horx et al., 2018d, S. 6).

Die digitale Vernetzung erlaubt dem Individuum zudem eine flexible und individuelle Mobilität. Durch Smartphones kann der Zugang zur individuellen Mobilität flexibel, zeit- sowie ortsunabhängig gewährleistet werden. Als Folge ist ein Verzicht auf Eigentum in der heutigen Gesellschaft feststellbar. Dieses Phänomen wird auch «Sharing-Economy» genannt (vgl. Kapitel 2.3.3). Das Carsharing-Angebot von Mobility ist ein passendes Beispiel dafür. Aber auch in anderen Branchen ist das Sharing-Konzept wiederzufinden, so beispielsweise bei Shared Bikes in Städten oder Sharing-Energy für Strom von Elektrofahrzeugen (Horx et al., 2018e, S. 10–12).

Der Wertewandel der Gesellschaft zeigt sich ebenso im Berufsalltag. Auch dort werden Mobilität und Flexibilität seitens der Arbeitgeber und -nehmer gefordert. Der klassische «Nine-to-five-Arbeitstag» mit fixen Block- oder Öffnungszeiten sowie eine klare Abgrenzung von Beruf und Freizeit werden ersetzt durch einen flexiblen und mobilen Lebensstil, der eine Verbindung von Privat- und Berufsleben ermöglicht (Gondring, 2012, S. 44–45). Das Arbeiten im Homeoffice ist ein Beispiel dafür. Nicht zuletzt haben auch die jüngsten Ereignisse im Zusammenhang mit COVID-19 diese Tendenz beschleunigt (Jones Lang

LaSalle, 2020). Die steigende Flexibilität und Mobilität führen oft auch zu einem häufigeren Wechsel von Job, Wohnort sowie Freunden und Beziehungen. Dies spiegelt sich auch in den eingangs erwähnten verstärkt individualisierten Lebensläufen im Vergleich zu früher wider (Horx et al., 2018c, S. 10).

Als Konsequenz einer immer stärker individualisierten Gesellschaft ist paradoxerweise eine Gegenbewegung erkennbar. Der Gemeinschaftsgedanke oder die sogenannte Wirkkultur zeigt sich in unterschiedlichsten Formen, nicht zuletzt durch die Sharing-Economy. Aus der Trendforschung geht hervor: *«Je individualistischer der Lebensentwurf, desto mehr ist man auf die Unterstützung von Menschen angewiesen, die nicht unmittelbar zum familiären Umfeld gehören»* (Zukunftsinstitut, ohne Datum).

Der Umfang dieses Teilkapitels zeigt einerseits, wie komplex der Wertewandel der Gesellschaft ist, und andererseits, wie stark das Wirkungsgefüge von anderen Megatrends ist. Die Auswirkung des Wertewandels der Gesellschaft auf den Wohnungsmarkt bzw. dessen Wohnimmobilien wird in Kapitel 3.2 dargestellt.

2.3.3 Digitalisierung

Der Megatrend Digitalisierung entwickelte sich aus einer Mischung von fortschreitenden technologischen Entwicklungen sowie einer immer wissensbasierteren Gesellschaft und Wirtschaft. Für den Begriff Digitalisierung gibt es mehrere Definitionen und Abgrenzungen. Im engeren Sinn kann Digitalisierung als Umwandlung oder Transformationsprozess von analogen Informationen zu digitalen Daten verstanden werden, welche in einem mehrstufigen Prozess durch Systeme vernetzt und genutzt werden (Vornholz, 2017, S. 195). In der Trendforschung wird der Begriff Digitalisierung oftmals auch als Synonym des Begriffs Konnektivität verwendet. *«Die Konnektivität bezeichnet die Organisation der Menschheit in Netzwerken im Kontext der Digitalisierung»* (Wittwer & Linden, 2018, S. 5). Der heutige Alltag wird stetig vernetzter. Menschen sowie Maschinen und Systeme kommunizieren miteinander (Wittwer & Linden, 2018, S. 6).

Die Digitalisierung wird oftmals als sechste Welle des Kondratieff-Zyklus (vgl. Kapitel 2.2) bezeichnet. Doch bei genauer Betrachtung ist festzustellen, dass bereits in der fünften Welle *«Informationstechnik»* mit der Erfindung des digitalen Personal Computers (PC) die ersten Schritte der Digitaltechnik eingeleitet wurden. Die Einführung des World Wide Webs (Internet) führte letztlich zum flächendeckenden Durchbruch der Digitalisierung (Nefiodow, 2017). In den letzten Jahrzehnten war die stetige Entwicklung der Informa-

tions- und Kommunikationstechnologien, der sogenannten IuK-Technologien, massgeblich für die technische und nicht zuletzt auch für die wirtschaftliche Entwicklung verantwortlich. Dank der IuK-Technologie hat sich das Tempo des Informationsaustausches massiv erhöht und gleichzeitig konnten die Informationskosten gesenkt werden.

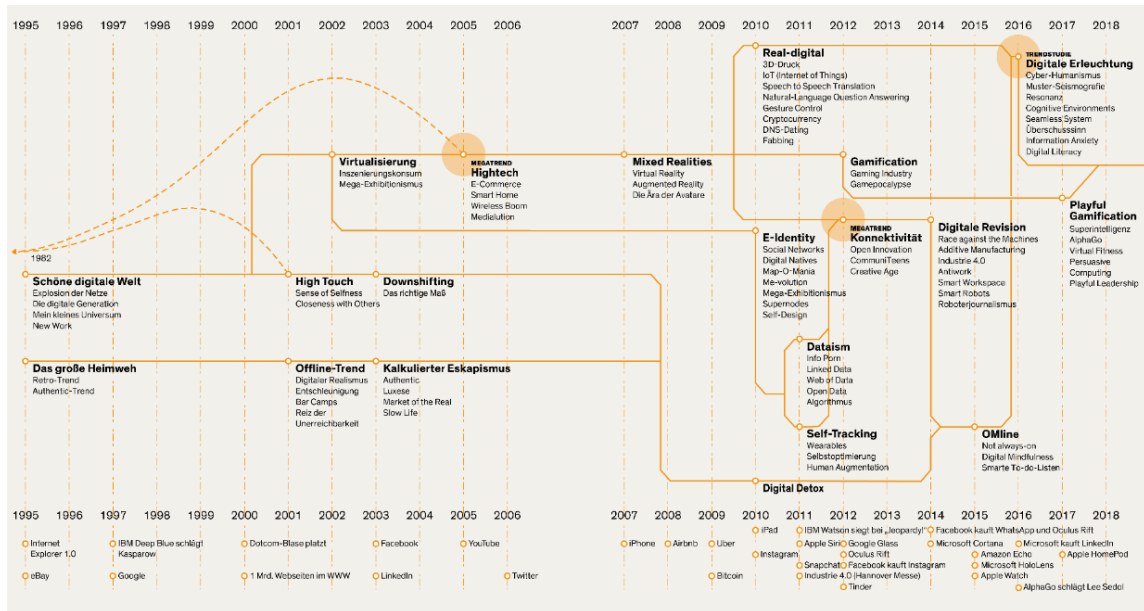


Abbildung 8: Die Entwicklung der digitalen Kultur (Horx et al., 2018d, S. 8–9)

Abbildung 8 zeigt die historische Entwicklung des Megatrends der Konnektivität. Diese verläuft nicht geradlinig, sondern wird durch Vorkommnisse, äussere Gegebenheiten oder Gegentrendphänomene beeinflusst. In den letzten zehn Jahren scheint jedoch die Abwehrhaltung abgeflacht zu sein und macht sich nur noch durch einen gelegentlichen Online-Detox (Online-Entzug) bemerkbar (Horx et al., 2018d, S. 8–9).

Die neuen Technologien und Möglichkeiten haben auch Einfluss auf das Alltagsleben der Menschen und stellen einen allgegenwärtigen Bestandteil dar. So sind beispielsweise erwerbstätige Personen rund um die Uhr erreichbar. Eine klare Trennung von Berufs- und Privatleben ist oftmals nicht mehr möglich. Die digitale Entwicklung führt auch zu einer Veränderung von Lebensstilen und Verhaltensmustern der Gesellschaft (Vornholz, 2017, S. 193).

Unternehmen müssen ihre Prozesse auf allen Ebenen digitalisieren, um die Bedürfnisse der Kunden in der digitalen Welt abzuholen und um auf dem Markt wettbewerbsfähig zu sein. Das Internet ist zum führenden und bedeutendsten Kommunikationsmedium geworden, welches in Kürze traditionelle Wirtschaftsmodelle abgelöst und nun neue ökonomische, aber auch kulturelle und soziale Muster ins Leben gerufen hat (Wittpahl, 2016, S. 177–183). Sharing-Economy oder die Zukunft des Teilens ist ein Beispiel dafür. Dabei

handelt es sich um ein Phänomen, das in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen hat. Wohnungen, Büros, Autos, Kleider, Gärten und so weiter werden mit anderen Menschen geteilt und Güter werden über Plattformen verkauft oder getauscht (Frick, Hauser & Gürtler, 2013, S. 5–6). Der Nutzen steht im Vordergrund, während Besitz zweitrangig wird. Airbnb oder Uber sind klassische Beispiele dafür. Der Haupttreiber des Sharing-Booms ist die Digitalisierung und die Vernetzung in den sozialen Netzwerken und auf Sharing-Plattformen. Der Aspekt des Rechts- und Datenschutzes wirft dabei oft Fragen auf und benötigt zukünftig mehr gesetzliche Regulierungen (Von Stokar, T., Peter, M., Zandonella R. Angst, V., Pärli K., Hildesheimer, G., Scherrer, J. & Schmid, W. 2018, S. 9–11).

Die Digitalisierung als omnipräsentes Thema ist auch für die Weiterentwicklung des Wohnimmobilienmarktes von zentraler Bedeutung. Dies wird in Kapitel 3.3 beleuchtet.

2.3.4 Nachhaltigkeit

Heute ist der Begriff Nachhaltigkeit in der Werbung, der Finanzbranche und der Politik täglich anzutreffen und wird schon fast inflationär verwendet. Dies führte im Jahr 2009 so weit, dass der Bau einer Autobahn als äusserst nachhaltig angepriesen wurde. Die in der Schweiz neu eröffnete Autobahn A4 wurde während der Eröffnungsfeier als die *«Nachhaltigste Autobahn aller Zeiten»* bezeichnet (Aargauer Zeitung, 2009). Auch Unternehmen verwenden den Begriff zu PR-Zwecken, um ihren Kunden ein umweltfreundliches und verantwortungsbewusstes Image zu verleihen.

Der Begriff der Nachhaltigkeit stammt aus der Forstwirtschaft im 18. Jahrhundert. Der damals zunehmende industrielle Holzbedarf führte zu einer Übernutzung der Wälder und folglich zu einer Holznot. Als Gründer des Begriffs gilt Hanns Carl von Carlowitz. In seinem 1713 veröffentlichten Buch *«Sylvicultura oeconomica»* schrieb er, dass dem Wald jährlich nicht mehr Holz entnommen werden sollte als nachwachsen kann. Ab dann fand der Begriff Nachhaltigkeit schliesslich auch in anderen Wirtschaftsteilbereichen Einzug, so beispielsweise in der Fischerei. Ende der 1960er- und Anfang der 1970er-Jahre wurde die Nachhaltigkeit dann auf das ganze Wirtschafts- und Ökosystem übertragen. Es wurde erkannt, dass der stetig wachsende wirtschaftliche Wohlstand sowie die laufenden technologischen Entwicklungen negative Spuren hinterlassen haben (Kropp, 2019 S. 7). In dieser Zeit fand ebenfalls die erste Weltumweltkonferenz der Vereinten Nationen in Stockholm statt (Kropp, 2019, S. 8). Rund ein Jahrzehnt später bildete sich in der Umweltbewegung ein weiterer Milestone: *«Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung,*

die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können» (ARE, ohne Datum). Die Jahre darauf folgten weitere entscheidende Schritte, unter anderem 1997 mit der Verabschiedung des Kyoto-Protokolls sowie weiteren 13 UN-Klimakonferenzen. Trotz dieser Maßnahmen schreitet die Klimaerwärmung fort (Kropp, 2019, S. 8–9).

Bei einer weiteren Abgrenzung des Begriffs der Nachhaltigkeit werden die drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft, auch Drei-Dimensionen-Modell oder Drei-Säulen-Prinzip der Nachhaltigkeit genannt, verwendet:

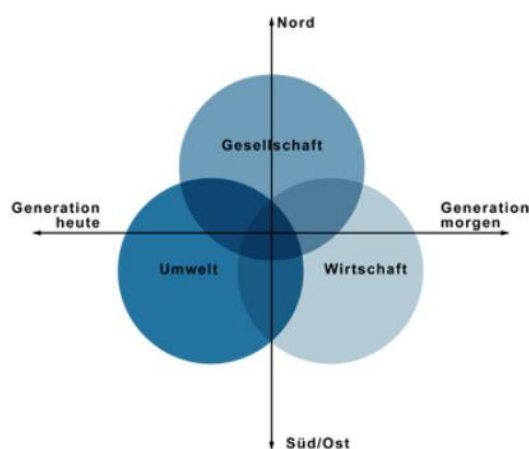


Abbildung 9: Das Drei-Dimensionen-Konzept (ARE, ohne Datum)

Die drei Dimensionen sind eng miteinander vernetzt und haben den Ansatz, dass alle drei Bereiche gleich gewichtet und gleichrangig behandelt werden. Konkret bedeutet dies, dass durch nachhaltiges Handeln umweltbezogene, wirtschaftliche und soziale Ziele gleichberechtigt umgesetzt und berücksichtigt werden. Nichtsdestotrotz kommt es häufig zu Zielkonflikten, wenn sich nicht alle Ziele der einzelnen Dimensionen erreichen lassen. Der Erhalt von Umwelt und Natur als Lebensgrundlage für die heutige sowie nachfolgenden Generation ist das Ziel der ökologischen Dimension. Themen wie Ressourcenschonung, Erhalt von Artenvielfalt und Umweltschutz spielen dabei eine zentrale Rolle. Bei der sozialen bzw. gesellschaftlichen Nachhaltigkeit stehen das Leben und der Mensch im Zentrum. Ziel ist es, heute sowie in Zukunft einen weltweiten Wohlstand, Frieden, soziale Sicherheit und Gerechtigkeit zu erreichen sowie Armut zu vermeiden. Die ökonomische Dimension hat zum Ziel, ein dauerhaftes, funktionsfähiges und stabiles Wirtschaftssystem zu errichten, wobei keine Ausbeutung von Ressourcen oder langfristige Schulden an zukünftige Generationen entstehen dürfen. Weiter soll auch die Grundversorgung durch nachhaltige Produkte gewährleistet sein. Das Nachhaltigkeitsverständnis des Bundesam-

tes für Raumentwicklung wird in der Abbildung 9 dargestellt. Nebst den genannten Dimensionen wird das Konzept noch durch die Nord- und Süd- bzw. Ost-Längsachse sowie durch eine zeitliche Querachse ergänzt.

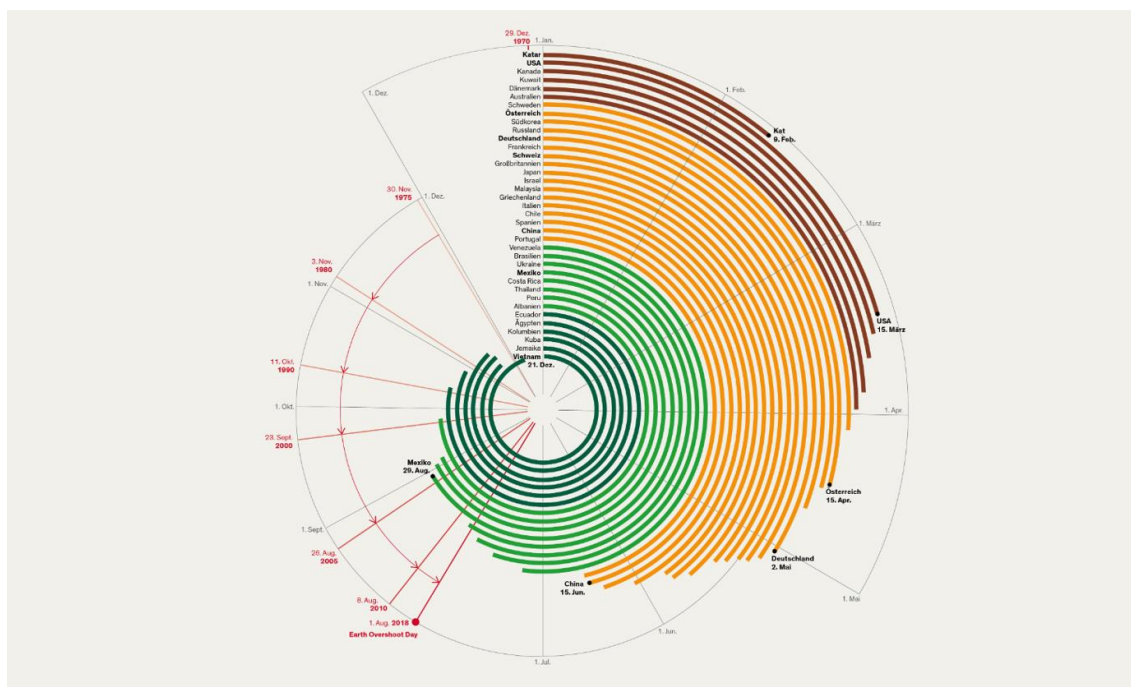


Abbildung 10: Die Überlastung der Welt (Horx et al., 2018f, S. 8–9)

Obwohl das Thema Nachhaltigkeit in aller Munde ist, sprechen die aktuellen Zahlen eine andere Sprache. Der heutige Ressourcenverbrauch zum Beispiel beläuft sich auf 1.7 Erden pro Jahr. Seit 1970 wird die ökologische Grenze überschritten, das heisst, die Menschheit nutzt mehr Ressourcen, als die Erde an nachwachsenden Ressourcen generieren kann. Der Zeitpunkt, an dem die Überlastung beginnt, wird als «Earth Overshoot Day» oder auch als Weltüberlastungstag bezeichnet. Im Jahr 2018 fiel dieser Tag auf den 1. August, wie in Abbildung 10 zu sehen ist. In der Schweiz ist dieser Tag bereits Anfang Mai, was bedeutet, dass die Lebensweise der Schweizer Bevölkerung rund drei Erden beansprucht. Würde die weltweite Entwicklung so fortlaufen, so würde die Menschheit im Jahr 2050 Ressourcen von rund zwei Planeten benötigen. Diese Entwicklung könnte noch beschleunigt werden, falls Schwellen- und Entwicklungsländer zukünftig ihren wirtschaftlichen Rückstand massiv aufholen (Horx et al., 2018f, S. 8–9).

Die Nachhaltigkeitsproblematik ist unterdessen auch in der Wirtschaft und der Politik angekommen. Green Economy oder «ökologisches Wirtschaften» ist das zentrale Schlagwort mit dem Ziel, in Einklang mit der Natur zu wirtschaften. Die Märkte der Zukunft sind grün und boomen. Insbesondere der Markt der erneuerbaren Energien wächst weltweit. Technologische Fortschritte sowie politische und wirtschaftliche Entscheide führen

zu Veränderungen der Energiemärkte. In der Schweiz hat der Bundesrat aus diesem Grund vor wenigen Jahren die Energiestrategie 2050 entwickelt, mit dem Ziel, den Energieverbrauch der Schweiz zu senken. Konkret soll die Energieeffizienz für Gebäude, Mobilität, Industrie und Geräte erhöht werden. Ein kontinuierlicher Atomausstieg ist ebenfalls geplant und es dürfen keine neuen Kernkraftwerke mehr gebaut werden. Weiter soll der Anteil an erneuerbaren Energien in Form von Förderung und Verbesserung rechtlicher Rahmenbedingungen wesentlich ausgebaut werden (UVEK, ohne Datum). Die untenstehende Abbildung zeigt auf, dass der Anteil an erneuerbaren Energien tendenziell wächst. Während der Anteil an erneuerbarer Energie im Jahr 1990 15.8 % betrug, lag er im Jahr 2018 bei 23.3 %. Der grösste Anteil davon ist auf die Wasserkraft- und die Biomassennutzung zurückzuführen (BFS, 2019c).

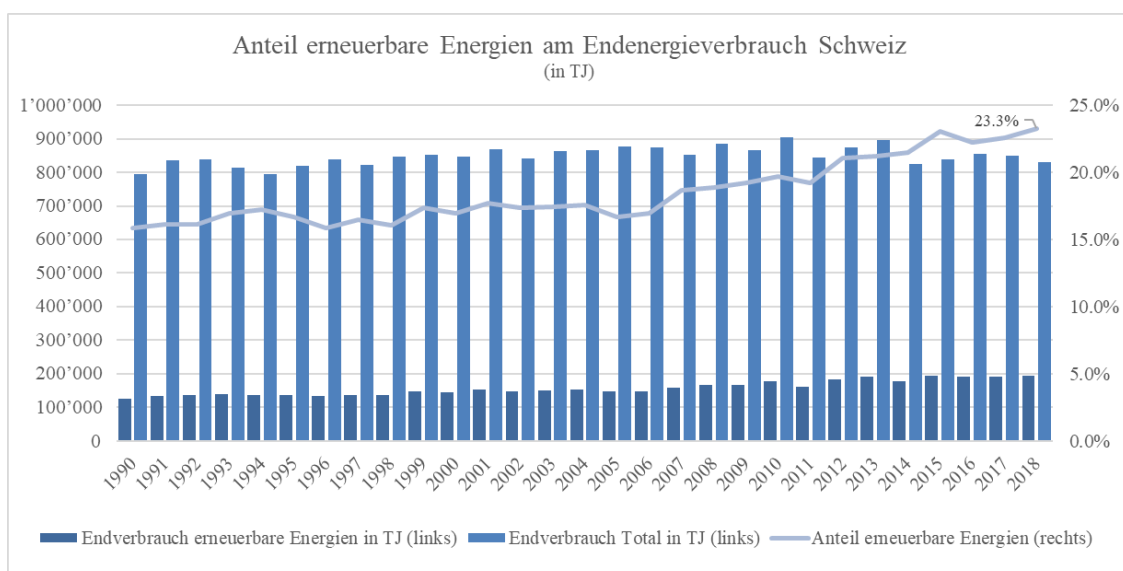


Abbildung 11: Anteil erneuerbare Energie am Endenergieverbrauch Schweiz (Daten: BFS, 2019c)

Das Thema Nachhaltigkeit hat sich in den letzten Jahren noch weiter ausgeprägt und ist heute auch oft unter dem Namen Neo-Ökologie anzutreffen. Diese Definition geht weit über die Nachhaltigkeit im engeren Sinne hinaus und beinhaltet nebst Umwelt- und Klimaschutz, CO₂-Einsparungen und Ressourceneffizienz auch Corporate Responsibility sowie faire Arbeits- und Handelsbedingungen (Horx et al., 2018f, S. 16), kurz gesagt, eine nachhaltige und ökologische Denkweise in allen Lebensbereichen. So ist Neo-Ökologie nicht nur in der Politik und Wirtschaft anzutreffen, sondern auch längst bei den Menschen angekommen und schlägt sich auch im Kauf von Konsumgütern nieder (Horx et al., 2018f, S. 32). Der weltweite Umsatz von Biolebensmitteln beispielsweise ist im Vergleich vom Jahr 2000 mit 18 Milliarden US-Dollar auf 80 Milliarden US-Dollar im Jahr

2016 gestiegen. Studien gehen davon aus, dass dieser sich im Jahr 2035 auf 320 Milliarden erhöhen wird. Was sich früher vor allem in der Lebensmittelbranche bemerkbar machte, wird heute auch in anderen Branchen wie Mode, Wein, Kosmetik etc. vom Konsumenten erwartet. Es ist ein nachhaltiger und bewusster Konsum der Gesellschaft feststellbar, was die Märkte und Branchen zum Umdenken und Handeln zwingt. Diese Veränderungen sind unter anderem auch auf den Megatrend Wertewandel der Gesellschaft zurückzuführen (Horx et al., 2018f, S. 30).

Der Megatrend Nachhaltigkeit bringt tiefgreifende Veränderungen mit sich, welche sich massgeblich auf das Handeln und Denken von Unternehmen und Individuen auswirken. Nicht zuletzt hat dieser Megatrend auch in der Immobilienwirtschaft Einzug gehalten. Die Auswirkungen dieses Megatrends auf den Wohnimmobilienmarkt werden in Kapitel 3.4 dargestellt.

3. Auswirkungen auf den Wohnimmobilienmarkt der Schweiz

Dieses Kapitel ist analog zu Kapitel 2 aufgebaut. Es werden die Auswirkungen der ausgewählten Megatrends auf den Wohnimmobilienmarkt der Schweiz bzw. dessen Wohnliegenschaften behandelt.

3.1 Demografische Entwicklung

Die demografische Entwicklung ist ein bedeutender Megatrend für die zukünftige Entwicklung des Immobilienmarktes, insbesondere für den Teilmarkt der Wohnimmobilien. Dabei spielen die strukturelle sowie die zahlenmässige Veränderung der Bevölkerung eine Rolle (vgl. Kapitel 2.3.1). Denn diese definieren die Haushaltsstrukturen bzw. die Zahl der Haushalte und sind entscheidende Parameter in Bezug auf die Wohnflächennachfrage.

Laut Bundesamt für Statistik gibt es in der Schweiz 3.8 Millionen Privathaushalte. Die Ein- und Zweipersonenhaushalte machen mit 16 % respektive 29 % den grössten Teil aus, gefolgt von den Vierpersonenhaushalten. Im Vergleich zu früher haben die Kleinzulasten der Grosshaushalte (fünf Personen und mehr) überhandgenommen (BFS, ohne Datum).

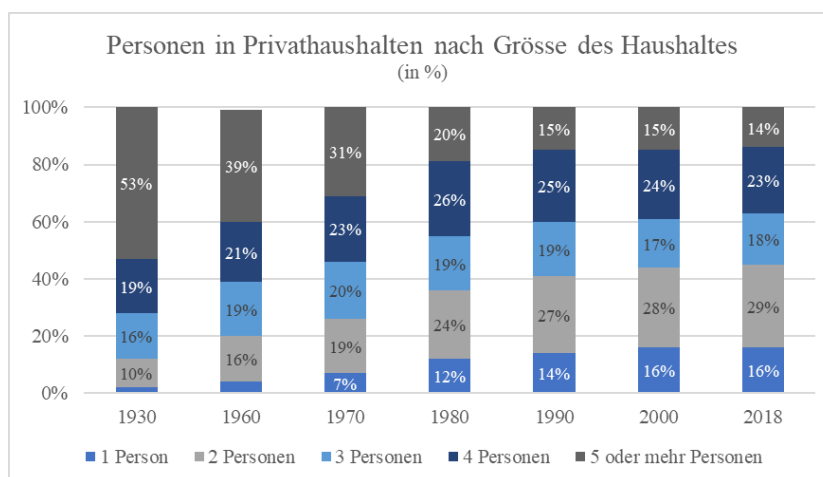


Abbildung 12: Schweizer Privathaushalte 1930–2018 (Daten: BFS, 2019d)

Mitbestimmend für die zukünftige Wohnflächennachfrage sind neben den Haushaltsstrukturen auch der Lebenszyklus-, Remanenz- und Kohorteneffekt. Letzterer zeigt die Veränderung der Wohnflächennachfrage respektive Wohnungsgrösse über die Generationen bzw. Geburtsjahre (Kohorten) hinweg auf. Als Vergleichsgrösse gilt die Wohnfläche pro Kopf. Zeitreihenanalysen zeigen auf, dass von Generation zu Generation die Flächenachfrage wächst, das heisst, Folgegenerationen wohnen vermehrt in grösseren Wohnungen als die vorgängige Generation. Diese Tatsache ist darauf zurückzuführen,

dass im Verlauf der Generationen der Wohlstand gestiegen ist (Vornholz, 2017, S. 177). Weitere Treiber der erhöhten Flächennachfrage pro Kopf sind der Lebenszyklus- und der Remanenzeffekt. Der Lebenszyklus- bzw. Altersstruktureffekt zeigt, dass Menschen im steigenden Alter durchschnittlich mehr Wohnfläche nachfragen als in jüngeren Jahren. Mit der Familiengründung und dem Umzug in eine grössere Wohnung oder in ein Haus wird der Flächenkonsum zwangsläufig erhöht. Dieser wird weiter durch die Einkommens- und Vermögenssituation beeinflusst. Sind die Kinder nach 20 Jahren ausgezogen, bleiben die Eltern oftmals bis zum Rentenalter im ursprünglichen Familienheim. Trotz veränderten Lebensumständen wird dadurch die hohe Wohnfläche pro Person gehalten. Diese Beobachtung wird auch als Remanenzeffekt (Beharrungstendenz) bezeichnet (Deschermeier & Henger, 2015, S. 23–25).

In der Schweiz zeigt sich ebenfalls eine steigende Tendenz der Wohnfläche pro Kopf. Während diese im Jahr 2000 durchschnittlich 44 m² betrug, erhöhte sie sich im Jahr 2018 auf 46 m² (BFS, 2020b, S. 11). Gemäss einer Studie aus dem Jahr 2016 der Hochschule Luzern konnte demnach *«der langjährige Trend zum wachsenden Wohnflächenkonsum pro Kopf bisher noch nicht gebrochen werden. Punktuelle Hinweise auf eine Wachstumsverlangsamung in städtischen Gebieten sind zwar vorhanden, ein Ende der stetigen Zunahme ist aber vorerst nicht absehbar»* (Delbiaggio & Wanzenried, 2016, S. 2). Laut Bundesamt für Statistik liegt die durchschnittliche Wohnfläche pro Kopf in Einfamilienhäusern (54 m²) beträchtlich höher als in Mehrfamilienhäusern (43 m²), wie Abbildung 13 zu entnehmen ist (BFS, 2019e).

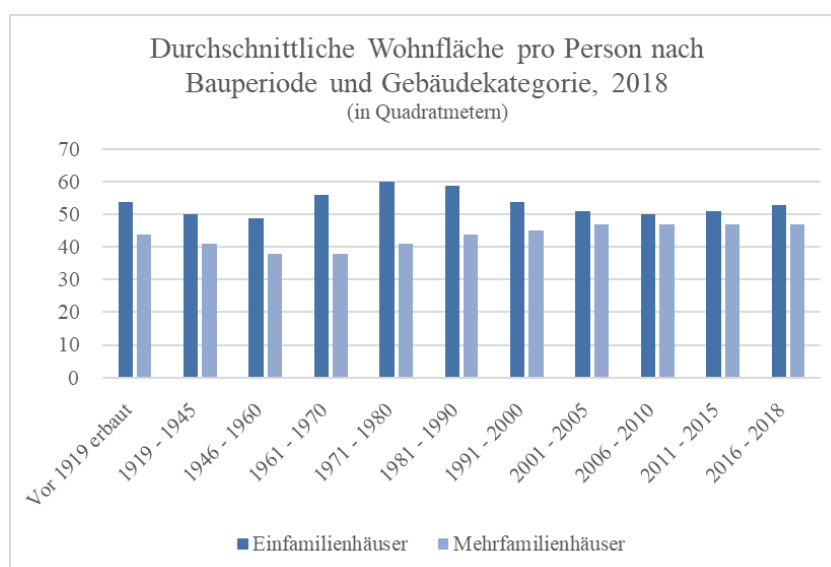


Abbildung 13: Durchschnittliche Wohnfläche pro Person 1930–2018

(Daten: BFS, 2019e)

Die Auswirkungen dieses Megatrends zeigen sich nebst der veränderten Wohnflächen-nachfrage auch in der sozialen Struktur des Zusammenwohnens. Gerade bei der Generation 65+ zeigen sich neue Wohnformen wie Senioren-WGs oder Mehrgenerationenhäuser (Horx et al., 2018b, S. 16). Der Wunsch, im Alter möglichst selbständig und lange in den eigenen vier Wänden zu leben, bringt auch neue Anforderungen an die Wohnungsausstattung mit sich. Nebst baulichen Massnahmen wie barrierefreiem Bauen gewinnt auch das sogenannte Ambient-Assisted Living (vgl. Kapitel 3.3) stetig an Bedeutung. Dank der fortschreitenden Digitalisierung können Alltagsprobleme oder die Betreuung und Pflege zu Hause erleichtert und der Einzug ins Altersheim hinausgezögert werden (Gondring, 2012, S. 117–121). Die neuen Haushalts- und Wohnformen sowie die technischen Wohnungsausstattungen werden in den Folgekapiteln 3.2 und 3.3 weiter behandelt.

3.2 Wertewandel der Gesellschaft

Treiber des Wertewandels der Gesellschaft ist die stetig fortschreitende Individualisierung des Menschen. Auch die Digitalisierung trägt zum Wertewandel der Gesellschaft bei (vgl. Kapitel 2.3.3). Die Normbiografie von heute verabschiedet sich vom klassischen dreiphasigen Lebenslauf und der fortschreitende Individualisierungsprozess der Gesellschaft führt zu einer Pluralisierung der Lebens- und Haushaltsformen. Diese schlagen sich in der Wohnkultur und letztlich auf die Nachfrage nach Wohnimmobilien nieder. Konkret zeigt sich dies durch kleinere und vielfältigere Haushaltsformen und -strukturen (Horx-Strathern, 2016, S. 5).

Die biografische Mobilität, Flexibilität und die Alterung der Gesellschaft führen in allen Lebensphasen zu mehr Singles in allen Altersgruppen, sei es aufgrund einer höheren Trennungs- oder Scheidungsrate, durch die berufliche Mobilität und unterschiedliche Wohnorte oder aufgrund von Paaren, die zwar zusammen sind, aber räumlich getrennt wohnen. Das Resultat ist die Zunahme von Kleinhaushalten, was sich in einer erhöhten Nachfrage nach Kleinwohnungen widerspiegelt (Gondring, 2012, S. 44–45). Wie in Kapitel 3.1 beschrieben, ist diese Entwicklung auch in der Schweiz feststellbar.

Die neue Vielfalt der Haushaltsformen erfordert nebst kleinen auch flexiblere und vielfältigere Wohnungen. Diese sollten zukünftig neutraler und vielseitig nutzbar konzipiert werden. Folglich bedarf es an die veränderte Nachfrage anpassbarer Wohnkonzepte. Der klassische Wohnungsgrundriss mit dem grossen Elternschlafzimmer und einem «En-suite»-Bad, das heisst einem Bad, das direkt ans Schlafzimmer angrenzt, rückt so in den Hintergrund und nutzungsneutrale Zimmer gewinnen an Bedeutung (Zukunftsinstitut, ohne Datum). Eine Antwort auf die vielfältigen Lebensphasen und Haushaltsformen eines

Menschen sind Co-Living-Modelle wie Mehrgenerationenhäuser oder Studentenwohn-gemeinschaften. Die Co-Living-Modelle spiegeln den Sharing-Gedanken der Gesell-schaft wider, sind weiter eine Reaktion auf den Gegentrend der Individualisierung und fördern die Wir-Kultur (vgl. Kapitel 2.3.2). Auch Separatzimmer (oder Jokerzimmer) so-wie Hobby- oder Gemeinschaftsräume sind bei neuen Wohnungsbauten immer häufiger vorzufinden. Das Separatzimmer ist ein zusätzliches Zimmer, welches vom Treppenhaus erreicht werden kann und die Funktion hat, dass es je nach Bedarf als Einzelzimmer bzw. Studio genutzt oder mit einer Wohnung verbunden werden kann. Die erwähnten Wohn-konzepte werden zukünftig weiter an Bedeutung gewinnen. Nebst flexiblen Grundrissen werden seitens der Gesellschaft auch ein zeitgemässer Ausbaustandard und Kriterien der Nachhaltigkeit erwartet und bei der Wohnungswahl zukünftig mehr berücksichtigt (Vorn-holz, 2017, S. 228). Die Abbildung 14 veranschaulicht die Veränderung der Wohnungs-grundrisse im Verlauf der letzten Jahrzehnte. Während vor über 50 Jahren die einzelnen Räume klar voneinander abgetrennt waren (Grundriss A), dominieren heute die offene Wohnküche und das «En-suite»-Bad (Grundriss B) sowie das Separatzimmer in Grundriss C.

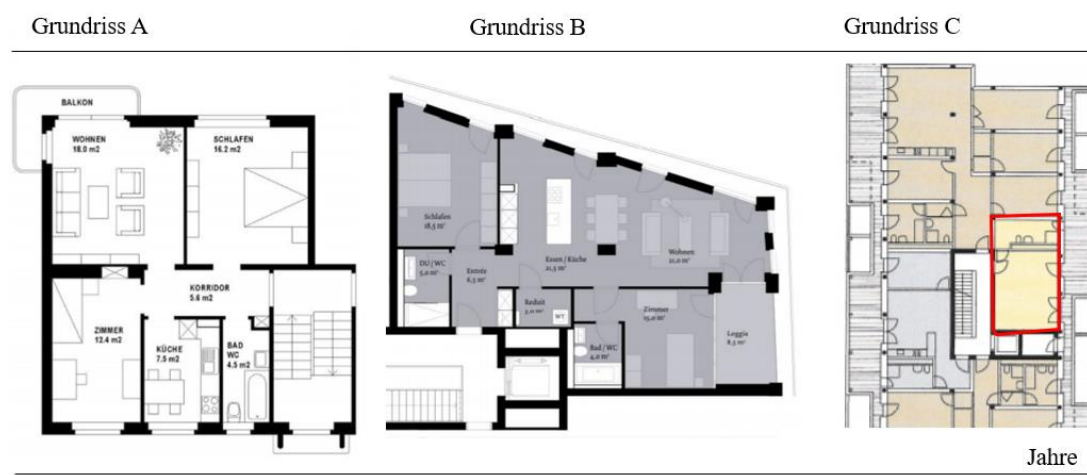


Abbildung 14: Veränderung der Wohnungsgrundrisse
(in Anlehnung an Heye, 2019, S. 92 und ETH Zürich, 2016, S. 20)

Die steigende Mobilität und die stetige flexibilisierte Lebensweise der Menschen führen dazu, dass das klassische Wohnheim fürs Leben verschwindet. Eigentum wird nicht mehr nur einmal im Leben gekauft. Auch mieterseitig zeigt sich die steigende Mobilität in einem häufigeren Wechsel der Wohnung. Eine höhere Fluktuation der Mieter sowie häufigere Transaktionen im Wohneigentumsmarkt sind das Ergebnis dieser Veränderung (Horx-Strathern, 2016, S. 5).

3.3 Digitalisierung

Die Digitalisierung hat schon viele Lebensbereiche und Branchen grundlegend verändert und vor Herausforderungen gestellt und betrifft auch die Immobilienbranche. Sie bewirkt eine Veränderung entlang der gesamten Wertschöpfungskette einer Wohnimmobilie und fordert die Akteure zum Umdenken und Handeln auf (Frick & Tenger, 2015, S. 2).

Beginnend bei der Planungs- und Entwicklungsphase von Wohnimmobilien ist feststellbar, dass diese von einer Vielzahl von Dokumenten wie Planentwürfen, behördlichen Genehmigungen etc. geprägt ist. Aufgrund der Digitalisierung kann das Dokumentenmanagement effizienter und mit weniger Flächenverbrauch vollbracht werden (Vornholz, 2017, S. 199).

Im Bereich des Baus von Wohnliegenschaften hat sich in den letzten Jahren die Gebäudedatenmodellierung BIM (Building Information Modeling) entwickelt. BIM ist ein intelligentes 3-D-basiertes Modell, welches mit Softwareunterstützung zu einer effizienteren Planung, Ausführung und Verwaltung der Immobilien führen soll und als einheitliche Datengrundlage für den gesamten Projekt- und Lebenszyklus der Immobilie dient (Vornholz, 2017, S. 200). Erkenntnisse aus den bisherigen BIM-Projekten in der Schweiz zeigen, dass die Kosten für die Planung um 5 bis 8 % steigen, während jedoch die Kosten für die Realisierung um 8 bis 15 % und diejenigen für das Facility-Management und die Bewirtschaftung um 5 bis 8 % sinken (Wildenauer, 2019, S. 20). Aus dem Aktionsplan Digitale Schweiz geht hervor, dass basierend auf Studien aus dem Ausland der Einsatz von BIM eine Effizienzsteigerung bei Projektzielen und -terminen sowie -kosten im Bereich von 5 bis 10 % erreichen kann. Die Planungs-, Errichtungs- und Bewirtschaftungsprozesse von Liegenschaften sollen dadurch in Zukunft erheblich verbessert werden (Schweizerische Eidgenossenschaft, 2018, S. 9).

Während der Nutzung und dem Betrieb der Wohnimmobilie zeigt die Digitalisierung im Property- sowie Facility-Management die grössten Veränderungen. Gerade in der Immobilienverwaltung kommen laufend neue digitale Tools und neue PropTech-Start-ups auf den Markt. Firmen wie «allthings» oder «streamnow» sind jüngste Beispiele für bekannte Mieter-Apps. Diese dienen zum einen als Service- und Kommunikationsplattform zwischen Mieter und Verwaltung (Allthings, ohne Datum). Zum anderen können auch Geschäftsprozesse automatisiert und die Abwicklung der Arbeitsprozesse beispielsweise durch den Einsatz eines digitalen Mietvertrages beschleunigt werden. Durch die Kommunikation via Mieter-Apps ist die Interaktion zwischen Mieter und Verwaltung nicht mehr an die Schalteröffnungszeiten gebunden, sondern jederzeit möglich. Dies wiederum führt

zu mehr Kundenzufriedenheit und einem effizienteren und transparenteren Mietermanagement. Auch im Bereich der technischen Verwaltung (Facility-Management) zeigt die Digitalisierung erste Veränderungen. Durch die stetige Vernetzung von Systemen und die intelligente Erfassung von Daten können beispielsweise Informationen des Gebäudezustandes oder des Energieverbrauchs schnell verfügbar gemacht werden. Dies führt generell zu einer Verbesserung des Wartungs- und Instandsetzungsmanagements (Vornholz, 2017, S. 198–200).

Auch für die Mieter befindet sich die Nutzung der Wohnung in einem digitalen Wandel. Dies zeigt sich insofern, als dass Wohnimmobilien immer «smarter» werden. Die sogenannten Smart Homes charakterisieren sich durch eine Vernetzung von technischen Systemen in Bezug auf die Haustechnik und Haushaltsgeräte. Dies ermöglicht ebenfalls einen einfacheren und effizienteren Umgang mit Energie und Sicherheit und führt zu einer generellen Steigerung des Wohnkomforts (Deutsche Hypothekarbank, 2014 S. 18). Gemäss einer Studie des Fraunhofer-Instituts für Bauphysik ermöglicht eine smarte Haustechnik Energieeinsparungen im Privathaushalt von 17 bis 40 % (Frick & Tenger, 2015, S. 38). Smart Homes werden gemäss Vornholz (2017) in drei verschiedene Technologien eingeteilt: Smart House, Smart Living und Ambient-Assisted Living, wobei die Systeme von überall her via App auf dem Smartphone, Tablet, Computer oder Laptop bedient werden können (S. 214–215), was in Abbildung 15 dargestellt wird.

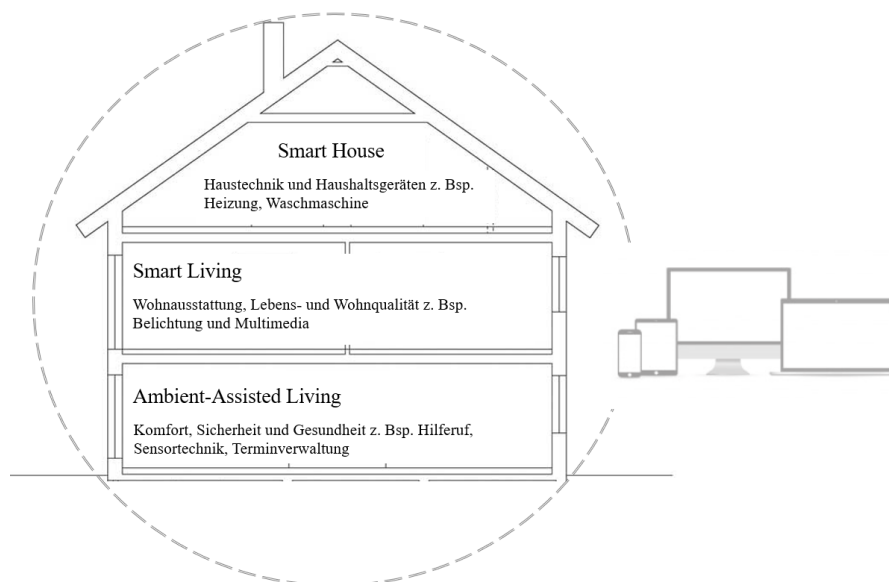


Abbildung 15: Intelligentes Wohnen (in Anlehnung an Vornholz, 2017, S. 214)

Das System Smart House dient zur Vernetzung und Kommunikation von Haushaltsgeräten und Haustechnik. So lassen sich beispielsweise das Raumklima und die Heizung über die App steuern. Die Systeme kommunizieren untereinander, sodass sich zum Beispiel

die Heizung ausschaltet, wenn ein Fenster geöffnet wird (Deutsche Hypothekbank, 2016, S. 18). Gebäude können so ressourceneffizienter genutzt werden. Im Bereich der Stromnutzung hat sich hierzu der Smart-Meter (intelligenter Zähler) entwickelt. Dieser liefert dem Nutzer Informationen über den Energieverbrauch oder über die Energiezufuhr (Vornholz, 2017, S. 215).

Bei Smart Living-Systemen geht es vorwiegend um den zunehmenden Wohnkomfort, welcher mit der immer höheren Anforderung an die Wohnungsausstattung einhergeht. Dazu zählen Systeme, welche beispielsweise die Beschattung, Belichtung, Belüftung oder Multimedia-Vernetzung automatisch regeln, mit dem Ziel, eine höhere Lebens- und Wohnqualität zu erreichen (Vornholz, 2017, S. 214).

Die Ambient-Assisted-Living-Systeme (umgebungsunterstütztes Wohnen) sind technische Systeme, die behinderten, älteren oder alleinstehenden Menschen den Alltag erleichtern sollen und zu mehr Wohnkomfort und Sicherheit führen (Frick & Tenger, 2015, S. 35). Durch den Megatrend der demografischen Entwicklung, insbesondere durch die steigende Lebenserwartung der Menschen, kommt diesen Systemen eine grosse Bedeutung zu. Jüngste Entwicklungen zeigen beispielsweise einen Fortschritt im Bereich der Telemedizin. Die Einnahme von Medikamenten oder die Messung von Vitalwerten können dank den Assistenzsystemen überwacht und kontrolliert werden (Deutsche Hypothekbank, 2016, S. 18). Auch im Gebiet der Sensortechnik wurden wesentliche Fortschritte erzielt. Sensoren überwachen Bewegungen in der Wohnung, sei dies beispielsweise bei einem Einbruch oder einem Sturz einer Person. Auch als Wärmemelder, am Beispiel eines vergessenen eingeschalteten Kochherds, wird die Sensortechnik eingesetzt. Diese Technologien ermöglichen es somit auch, länger selbstbestimmt zu Hause zu wohnen (Vornholz, 2017, S. 215).

Die Anzahl der Haushalte, welche Smart Home-Technologien nutzen, steigt weltweit an. Laut Prognosen sollen es im Jahr 2024 rund 375,3 Millionen Haushalte sein (Statista Research Department, 2020). Während der Markt von Smart Homes zu Beginn vorwiegend beim selbstgenutzten Eigentum im Fokus war, scheint dieser nun auch bei institutionellen Investoren im Bereich der Renditeliegenschaften langsam Fuss zu fassen. Trotzdem sind Investoren nach wie vor zurückhaltend gegenüber Smart Home-Systemen. Sie befürchten, heute ein System einzubauen, das mit dem jeweiligen Standard schon in ein paar Jahren wieder veraltet sein könnte (Frick & Tenger, 2015, S. 15–20). Weiter steht auch die Frage im Raum, ob sich die Mehrkosten über die Mieten zukünftig rentabilisieren lassen.

Die voranschreitende Digitalisierung kann auch Auswirkungen auf den Standort der Wohnimmobilien haben. Die stetig verbesserte Digitalisierung führt dazu, dass sich die Arbeit wieder weniger auf das örtliche Büro beschränkt, sondern dezentral stattfindet und die eigene Wohnung zukünftig ein Ort der gemischten Tätigkeiten ist (Vornholz, 2017, S. 214). Die jüngste Entwicklung aufgrund COVID-19 hat diese Tendenz weiter beschleunigt. Durch die Möglichkeit, im Homeoffice zu arbeiten, könnte Wohnen an peripheren Standorten an Attraktivität gewinnen, da die Mietpreise im Vergleich zum Stadtzentrum günstiger sind oder die Mieter sich ein Zimmer mehr leisten können. Wohnimmobilien sollten daher zukünftig so konzipiert werden, dass die technischen Voraussetzungen für Homeoffice gegeben und die Grundrisse möglichst vielseitig nutzbar sind. Angesichts dieser Tatsache ist davon auszugehen, dass zukünftig die Nachfrage nach mehr Wohnfläche zunehmen wird (Jones Lang LaSalle, 2020).

Die Immobilienbranche ist im Vergleich zu anderen Branchen relativ träge und resistent in Bezug auf Veränderungen. Doch der digitale Druck zu Veränderungen und Anpassungen wird zukünftig für Akteure und Bereiche der Immobilienbranche unumgänglich sein (Frick & Tenger, 2015, S. 20). Ein Abbild der heutigen Situation zeigt, dass nach wie vor eine gewisse Verunsicherung und ein Mangel an Vertrauen und Verständnis seitens der Akteure besteht (Frick & Tenger, 2015, S. 50). Die Digitalisierung bringt Chancen und Risiken für die Branche mit sich. Einerseits besteht für die Akteure eine Chance für die Entwicklung neuer Geschäftsfelder und zur Vereinfachung von Prozessen (Vornholz, 2017, S. 196). Digitalisierung ist jedoch auch mit Investitionskosten verbunden und es besteht das Risiko der Schnelllebigkeit der Produkte. Weiter ist festzuhalten, dass die Digitalisierung bei Neubauten relativ einfach zu berücksichtigen ist. Die Nachrüstung im Bestand ist jedoch oftmals mit hohen Investitionskosten verbunden (Vornholz, 2017, S. 202).

3.4 Nachhaltigkeit

Immobilien zählen zu den grössten Erzeugern von Abfall und Treibhausgasen, da sie durch den ganzen Lebenszyklus wie Bau, Betrieb und Abriss Verbraucher von Energie, Land und Rohmaterialien sind. Somit tragen sie einen hohen Anteil zur Umweltbelastung bei (Herr, 2017, 482–483). Berichten zufolge sind Immobilien weltweit Verbraucher von 40 % der globalen Primärenergie und Verursacher von 30 bis 40 % der von Menschen herbeigeführten CO₂-Emissionen (Credit Suisse, 2016, S. 1). Im globalen Vergleich sind die von Gebäuden verursachten CO₂-Emissionen in der Schweiz mit 24 % etwas niedriger

und konnten in den vergangenen Jahren gesenkt werden. Dennoch stellen Gebäude einen grossen Anteil am Gesamtausstoss dar, wie Abbildung 16 verdeutlicht (BAFU, 2020).

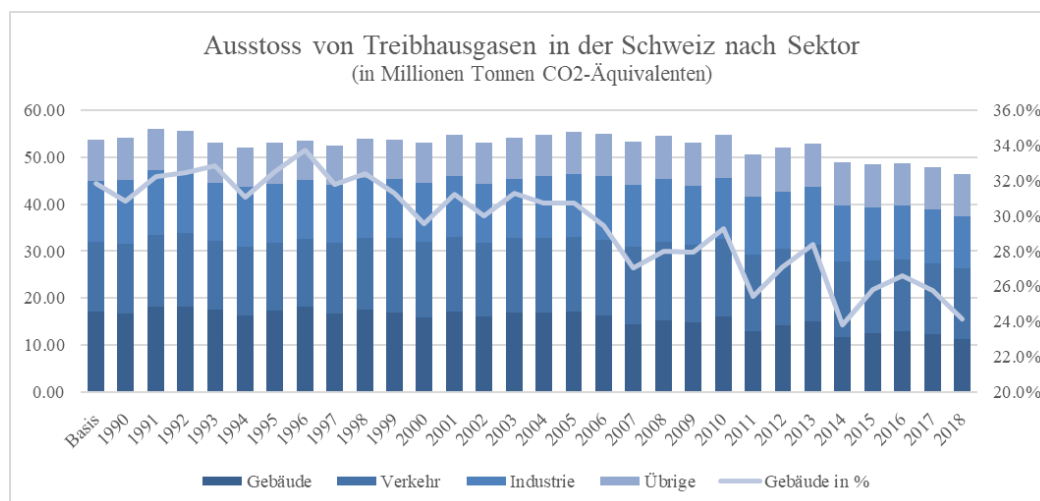


Abbildung 16: CO₂-Ausstoss nach Sektoren (BAFU, 2020)

Es erstaunt daher nicht, dass weltweit und auch in der Schweiz in den letzten Jahren der regulatorische Druck seitens des Bundes und der Kantone gewachsen ist. Die Verringerung der CO₂-Emissionen sowie die immer höhere regulatorische Anforderung an die Energieeffizienz von Gebäuden machen sich seit längerem bemerkbar und fordern die Immobilienbranche, Bauherren und Investoren dazu auf, ihre Liegenschaften an diese Veränderungen und Anforderungen anzupassen (UVEK, ohne Datum).

Heute wird vor allem von sogenannten «Green Buildings» (grünes Gebäude) gesprochen. Ein Green Building ist ein Gebäude, das unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit mit Fokus auf Ressourcenschonung und Energieoptimierung entwickelt und gebaut wird. Die Begriffe Passivhäuser sowie Null-, Niedrig- oder Plusenergiehäuser werden heute oftmals synonym verwendet (Bauer, Mösle & Schwarz, 2013, S. 1–10). Die Abbildung 17 eines Plusenergiehauses veranschaulicht die Ansätze eines Green Buildings. Das Grundprinzip besteht darin, dass es keine fossilen Ressourcen mehr benötigt. Dies wird ermöglicht, indem beispielsweise auf dem Dach eine Fotovoltaikanlage sowie Solarkollektoren installiert werden. Die Gebäudehülle besteht aus ökologischen Baustoffen und weist eine hohe Wärmedämmeigenschaft auf. Für Frischluft sorgt ein Lüftungssystem mit Wärmerückgewinnung. Weiter besteht die Fensterfront aus einer infrarotreflektierenden Dreifach-Isolierverglasung, welche die erzeugte Wärme im Innenraum behält. Die ökologischen Baustoffe sollen zudem für mehr Wohnqualität und Gesundheit sorgen. Nebst den qualitativen Aspekten sollen für Mieter sowie Eigentümer auch finanzielle Vorteile entstehen, indem der Energieverbrauch reduziert werden kann (Gondring, 2012, S. 115–

117). Die Entwicklung von Green Buildings ist aber nicht nur aufgrund neuer Bautechniken weiter fortgeschritten, sondern auch dank der zunehmenden Digitalisierung. Durch Letztere kann der Energieverbrauch besser gemessen und transparenter aufgezeigt werden, beispielsweise durch Smart-Metering (Gondring, 2012, S. 112–122).

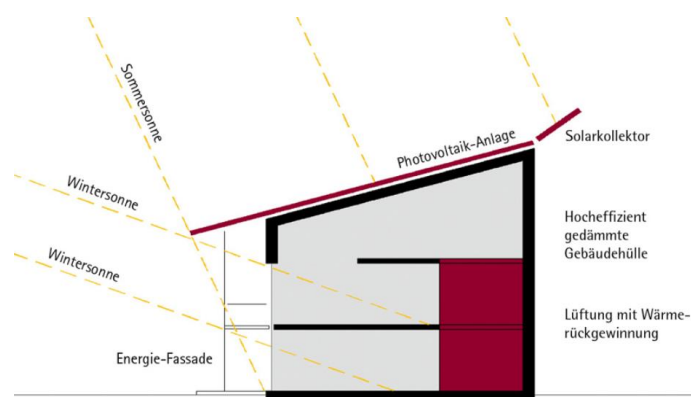


Abbildung 17: Plusenergiehaus (Gondring, 2012, S. 117)

Nebst den ökologischen Punkten sollte ein Green Building auch soziokulturelle und ökonomische Anliegen wie die Funktion und Behaglichkeit für Mieter oder ökonomische Faktoren des Bauens berücksichtigen. Das Prinzip des Green Building spiegelt demnach den Ansatz der drei Dimensionen – ökonomisch, ökologisch und sozial – wider (vgl. Kapitel 2.4) und dies auf den ganzen Lebenszyklus einer Immobilie bezogen (Vornholz, 2017, S. 219). Die folgende Tabelle 1 in Anlehnung an Vornholz veranschaulicht die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit mit dem Lebenszyklus einer Immobilie.

Lebenszyklus-phase	Ökonomische Dimension	Ökologische Dimension	Soziale Dimension
Projektentwicklung	Kostensparendes Bauen und Planen	Ökologisches Bauen	Bedarfsgerechte Wohnraumversorgung durch Neubau
Nutzung/Betrieb	Gebäudemanagement	Ressourcen- und Umweltmanagement	Soziales Management
Umnutzung/Abriss	Umnutzungs- und Abrissmanagement	Ökologisches Recycling	Partizipation bei Verwertung

Tabelle 1: Dimensionen der Nachhaltigkeit im Lebenszyklus einer Immobilie (Vornholz, 2017, S. 219)

Die ökologische Dimension beginnt bei der ökologischen und nachhaltigen Standortwahl hinsichtlich der technischen und sozialen Infrastruktur (Herr, 2017, S. 484). Weiter soll das Gebäude möglichst energieeffizient und ressourcenschonend gebaut werden. Daher sollten erneuerbare Ressourcen eingesetzt und beim Bau recyclebare, umweltschonende

und regionale Rohstoffe verwendet werden (Vornholz, 2017, S. 218). Bei der ökonomischen Dimension geht es um die Gesamtwirtschaftlichkeit von Immobilien. Die Baukosten, die Lebenszykluskosten sowie die Sanierungszeitpunkte sollten optimiert werden (Herr, 2017, S. 485). Vornholz (2017) sieht ebenfalls eine hohe Flächeneffizienz mit dem Ziel von höheren Mieten als bedeutendes Kriterium der ökonomischen Dimension. Im Bereich der sozialen Dimension soll die Immobilie einen maximalen Nutzen für die Bewohner und Eigentümer bringen (S. 218–219). Weiter muss die Liegenschaft den städtebaulichen Kriterien entsprechen und entsprechend flexibel gebaut werden, sodass eine Anpassungsfähigkeit für zukünftig andere Nutzungen gewährleistet ist (Herr, 2017, S. 486).

Um die Qualität der Nachhaltigkeit von Green Buildings zu beurteilen, gibt es weltweit zahlreiche Zertifizierungssysteme bzw. -labels (Bauer, Mösle & Schwarz, 2013, S. 15). Diese unterscheiden sich geografisch und variieren in Bezug auf ihre Nachhaltigkeitskriterien sowie Zertifizierungsstufen. Die vier Messkriterien Verbesserung der Innenraumqualität, Effizienzsteigerung, CO₂-Reduktion und Wassereinsparung sind jedoch in fast allen Zertifizierungssystemen zu finden (Herr, 2017, S. 488–490). Das in der Schweiz bekannteste Label ist Minergie. Gemäss dem Geschäftsbericht 2019 gab es in der Schweiz rund 40'600 zertifizierte Minergie-Wohngebäude mit einer positiven Entwicklungstendenz (Minergie Schweiz, 2019, S. 34). Weitere in der Schweiz angewendete Labels sind GEAK, Gutes Innenraumklima, Breeam, Leed, DGNB und SNBS (Dewald & Baumgartner, 2016, S. 20–23).

Nebst den Zertifizierungslabels zeichnet sich in der Immobilienwirtschaft auch eine Verdichtung von Benchmarking- und Nachhaltigkeitsreportings ab. Ein solches Vergleichssystem ist der GRESB (Global Real Estate Sustainability Benchmark). Dabei handelt es sich um ein globales Benchmarking der Immobilienwirtschaft in Bezug auf die Nachhaltigkeit, auch von Gebäuden, welche nicht zwingend zertifiziert sind. Konkret dient es zur Messung der Nachhaltigkeitsperformance von Gebäuden oder ganzen Immobilienportfolios und soll damit zu mehr Transparenz bezüglich der Nachhaltigkeit in der Immobilienwirtschaft beitragen (GRESB, ohne Datum). Ein weiteres, bekanntes Benchmarkingsystem ist der IPD Environment Code. Die IPD Investment Property Databank GmbH mit Sitz in London ist ein weltweiter Provider von Immobiliendaten und hat unter anderem ein Rahmenwerk zur Analyse und zum Reporting von immobilienbezogenen Performancekennzahlen zur Nachhaltigkeit entwickelt (Herr, 2017, S. 494).

Nachhaltiger Wohnungsbau ist heutzutage nicht nur aus regulatorischer Sicht unumgänglich, sondern wird auch seitens der Mieter oder Bewohner immer häufiger gefordert (Gondring, 2012, S. 112). Wohnen ist ein bedeutendes und gleichzeitig lebensnotwendiges Bedürfnis der Menschen. Die Wahl der Wohnung ist daher entscheidend und die Nutzer haben entsprechende Erwartungen und Anforderungen. Der Nachhaltigkeitsgedanke der Mieter hat sich in den letzten Jahren verstärkt und es ist davon auszugehen, dass die Nutzer von Wohnimmobilien auch zukünftig fordern, dass ihre Wohnungen den Kriterien der Nachhaltigkeit entsprechen (Gondring, 2012, S. 99). Gondring (2012) beziffert das Energieeinsparungspotenzial bei Haushalten, Produktionsbetrieben sowie Büroliegenschaften auf 40 % (S. 112). Bezogen auf die Mieter geht Vornholz (2017) davon aus, dass, sofern die Heiz- und Energiekosten (Betriebs- und Nebenkosten) durch nachhaltigen Wohnungsbau effektiv gesenkt werden können, die Nutzer von Wohnimmobilien eine höhere Zahlungsbereitschaft für ihre Wohnungen aufweisen (S. 229).

Aufgrund der Entwicklungen im Bereich der Nachhaltigkeit von Immobilien der letzten Jahre ist davon auszugehen, dass das Green Building in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen wird (Vornholz, 2017, S. 230). Weiter kann angenommen werden, dass zukünftig die regulatorischen Rahmenbedingungen für nachhaltiges Bauen schrittweise weiter verschärft werden. Gesetze werden somit zwangsläufig das Nachhaltigkeitsverhalten von institutionellen Investoren steuern. Die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien in der Bilanzierungspraxis und die Nachhaltigkeitsberichterstattung werden für institutionelle Investoren zunehmend eine Rolle spielen und sind nicht zuletzt mit zeitlichen und finanziellen Ressourcen verbunden (Herr, 2017, S. 497). Nichtsdestotrotz können nachhaltige Wohnimmobilien einen langfristigen Mehrwert für die Investoren sowie Nutzer bringen und schliesslich auch zu Wettbewerbsvorteilen im Immobilienmarkt führen (Herr, 2017, S. 498).

4. Empirische Untersuchung

In diesem Kapitel wird das methodische Vorgehen dieser Arbeit aufgezeigt. Es umfasst die Beschreibung des Forschungsdesigns sowie die Erhebungsmethode und -instrumente. Zum Schluss wird dargelegt, wie die Interviews durchgeführt und ausgewertet wurden.

4.1 Forschungsdesign

Das Forschungsdesign beschreibt das Vorgehen, um eine empirische Fragestellung zu untersuchen. Dazu wurde der Weg einer qualitativen Untersuchung gewählt, mit dem Ziel, Erfahrungen, Umgang, Verhalten und Sichtweisen von Experten in einem mündlichen Gespräch zu erheben. Die empirische Untersuchung erfolgte anhand von leitfadengestützten Interviews mit Personen aus der Schweizer Immobilienbranche. Eine ausführliche Beschreibung der Vorgehensweise folgt in den nächsten Unterkapiteln.

4.2 Erhebungsmethode

Als Erhebungsmethode für die vorliegende Arbeit wurde das Experteninterview gewählt. Dieses beruht auf Erfahrungsberichten der Expertinnen und Experten. Die Aufgabe der interviewenden Person besteht darin, das Interview anhand des erstellten Leitfadens zu strukturieren und situativ zu vertiefen. In der Auswertung sollen nicht die Expertinnen oder Experten als natürliche Personen im Mittelpunkt stehen, sondern deren Erfahrungen im professionellen Kontext. Sie werden als repräsentierende Person des Berufsfeldes oder Interessengebiets angesehen (Weischer, 2007, S. 273–274).

Insgesamt wurden acht Unternehmen für die Interviews ausgewählt. Befragt wurden einerseits Personen von grossen Schweizer Unternehmen (institutionelle Investoren) in Form von Immobilien AGs, Immobilienfonds oder Immobilienanlagestiftungen, welche über ein verwaltetes Anlagevermögen von über 2 Milliarden Schweizer Franken verfügen. Als Zusatz zu den oben genannten institutionellen Investoren wurde noch ein mittelgrosses Immobilienunternehmen hinzugezogen, da sich dieses stark auf die in dieser Arbeit behandelten Megatrends fokussiert. Um eine Aussagekraft über die bedeutendsten Akteure des Schweizer Immobilienmarktes zu generieren, wurden zudem zwei grosse Wohnbaugenossenschaften in die Befragung eingeschlossen. Bei den ausgewählten Unternehmen galt zudem das Investitionskriterium der Nutzung ‹Wohnen›. Demnach musste das verwaltete Anlagevermögen zu einem grossen Teil in Wohnimmobilien investiert sein. Eine Übersicht der interviewten Firmen befindet sich im Anhang (B).

4.3 Erhebungsinstrument

Als Instrument für die Durchführung der Experteninterviews diente ein Interviewleitfaden, welcher von der Autorin auf Basis der eingangs formulierten Thesen entwickelt wurde und als Grundlage und Orientierungshilfe für die Gesprächsführung diente. Leitfadeninterviews zählen zur halbstandardisierten Interviewmethode. Die Grundlage und Strukturierung erfolgt durch den Gesprächsleitfaden. Diese Methodik bietet gegenüber einem vollstandardisierten Fragebogen den Vorteil, dass sie keinem strikt vorgegebenen Ablauf unterliegt. Je nach Verlauf des Interviews kann bzw. können

- die Abfolge der Leitfragen leicht verändert werden,
- Fragenbereiche weggelassen werden, wenn diese in anderen Ausführungen bereits hinreichend beantwortet wurden,
- Fragen situativ verändert oder ergänzt werden,
- vertiefende Fragen gestellt werden sowie
- neue Aspekte, die sich im Gespräch ergeben haben, vertieft werden.

Der Interviewleitfaden, welcher im Anhang A dieser Arbeit zu finden ist, setzt sich aus vorwiegend offenen Fragen zusammen. Die Einstiegsfrage (Frage 1) wurde bewusst offen gehalten, sodass die befragte Person von ihrer täglichen Erfahrung und ihrem Wissen über das Forschungsgebiet frei erzählen konnte. Die restlichen Fragen wurden in vier Themenbereiche eingeteilt, wie in Tabelle 2 gezeigt wird.

Themenblock	Thema/Schwerpunkt	Interviewleitfaden
Themenblock I	Einfluss/Haupttreiber/Relevanz der Megatrends	Frage 1–3
Themenblock II	Auswirkung der Megatrends auf die Immobilienstrategie	Frage 4–8
Themenblock III	Auswirkung der Megatrends auf die Wertschöpfungskette der Immobilien	Frage 9–12
Themenblock IV	Praxisbeispiele	Frage 13

Tabelle 2: Aufbau und thematische Unterteilung Interviewleitfaden

4.4 Durchführung

Die Interviews wurden offen geführt und anhand des bereits erwähnten Interviewleitfadens strukturiert. Im Zentrum des Interesses stand dabei die befragte Person und deren Erläuterungen in eigenen Worten. Die Autorin stellte gezielte Fragen zu den Themenbereichen (vgl. Interviewleitfaden Anhang A). Der Interviewleitfaden bildete in diesem

Sinne eine Orientierungshilfe für das Gespräch und diene der thematischen Zuordnung des Interviews zu den Thesen.

Die Interviews wurden mittels einer Audioaufnahme aufgezeichnet. Aufgrund der COVID-19-Situation wurden fünf der acht Interviews via Telefon ausgeführt. Die anderen Interviews fanden im Rahmen eines persönlichen Gesprächs (Face-to-Face) statt. Die wesentlichen Gesprächsinhalte wurden von der Autorin während der Interviews handschriftlich protokolliert und im Anschluss in einem separaten Dokument niedergeschrieben (Gesprächszusammenfassung). Diese wurden für die bessere Lesbarkeit so bearbeitet, dass das Gesprochene beispielsweise ohne Stockungen, Räuspern oder Wortwiederholungen verfasst wurde. Des Weiteren erfolgte eine Übertragung aus dem Schweizerdeutschen («Mundart») in die Schriftsprache. Aus diesem Grund weichen die schriftlichen Zusammenfassungen leicht von den Audioaufnahmen ab. Die Gesprächszusammenfassungen der einzelnen Interviews bildeten schliesslich die Grundlage für den Auswertungsteil (Flick, Kardorff & Steinke, 2007, S. 438).

4.5 Auswertung

Als Verfahren für die methodische Auswertung der geführten Interviews wurde die qualitative Inhaltsanalyse gewählt. Die Analyse setzt sich aus mehreren Teilschritten zusammen.

Als Grundlage für die Auswertung der geführten Interviews dienten in einem ersten Schritt die schriftlichen Gesprächszusammenfassungen, welche auf Basis des Interviewleitfadens erstellt wurden. In einem zweiten Schritt wurde deren Inhalt nach Interviewfragen gruppiert, analysiert und in einer aggregierten und verdichteten Form zusammengeführt. Weiters wurde eine farbliche Markierung der Kategorien vorgenommen. In Bezug auf die Bildung der Kategorien wird bei der qualitativen Inhaltsanalyse in der Methodenliteratur für die Extrahierung und Strukturierung des Datenmaterials zwischen dem induktiven und deduktiven Vorgehen unterschieden. Der Hauptunterschied ist, dass bei der deduktiven Vorgehensweise die Kategorienbildung aus dem Datenmaterial heraus entsteht, während diese beim induktiven Vorgehen aus dem theoretischen Vorwissen abgeleitet wird (Aeppli, Gasser, Gutzwiller & Tettenborn, 2016, S. 257–258). Für diese Arbeit wurde eine Mischform der beiden Varianten gewählt. Demnach wurden deduktiv gewonnene mit induktiven Kategorien ergänzt. Erstere richteten sich nach den in Kapitel 2 ausgewählten Megatrends demografische Entwicklung, gesellschaftlicher Wandel, Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Letztere wurden als Beispiele sowie als Verweise auf

andere Fragen definiert. Jeder Kategorie wurde zudem eine Farbe zugeordnet. Die Tabelle 3 veranschaulicht einen Auszug eines Rasters der aggregierten Inhaltsanalyse mit der farblichen Markierung der Kategorien:

Frage 2: Wie schätzen Sie den Einfluss von Megatrends auf den Wohnimmobilienmarkt der Schweiz ein?	
Experte 1	<p>Fokus auf Zuschaltzimmer/→ Flexibilisierung im Bestand (oder bei Neubauten).</p> <p>Veränderungen Wohndemografie (Biografie) wohnen über alle Lebensphasen hinweg→Hat grosse Auswirkungen was wir bauen.</p> <p>Digitalisierung: Art zu bewirtschaften relevant (Apps); nicht mit dem Bestand (Trend zur De-Technologisierung der Gebäude), vorsichtig mit Smart Home; Beispiel Trennung kontrollierte Wohnungslüftung;</p> <p>Nachhaltigkeit resp. Klimawandel zukünftig mehr Bedeutung → physische Auswirkungen (wärmer, mehr Wind). Leute nutzen vermehrt Aussenraum; zukünftig mehr Probleme mit der Kühlung von Gebäuden.</p> <p>Verkehr (Mobilität) nicht relevant, da Strategie Near-Shoring – zählt zu den gesellschaftlichen Veränderungen.</p>
Experte 2	<p>Relevant Alterung der Bevölkerung, schleichend, aber absehbar (Einfluss auf Nachfrage der Wohnungen in Bezug auf Wohnungsgrösse</p> <p>Keine zusätzliche Zahlungsbereitschaft, dafür je länger je mehr Regulatorisches;</p> <p>Mehr Steuerungselemente; unklar, was wird sich durchsetzen und was nicht. ->Pilotprojekte; Motto <try and error>.</p>
Experte 4	<p>Umsetzung Einfluss Lage (zentral vs. peripher) ->Ballungszentren gute absorbiert; mehr Gedanken bzgl. peripheren Gebieten als in den Gebieten mit guter Absorption→Verweis Umsetzung.</p> <p>Neben den Megatrends auch noch ökonomische Rahmenbedingungen (Zinsen; Vermögen Alter kleiner) Singularisierung -> mehr Leute, die allein leben -> bessere Wohnungen für die bauen.</p>

Tabelle 3: Auszug aus der Inhaltsanalyse

Die Kategorien wurden wie folgt farblich gekennzeichnet: demografische Entwicklung = blau, Wertewandel der Gesellschaft = orange, Digitalisierung = rot, Nachhaltigkeit = grün, Praxisbeispiele = gelb, Verweise zu anderen Fragen = pink, Sonstiges = grau.

Auf eine Beilage der detaillierten Auswertungen und Gesprächszusammenfassungen wird aus Anonymitätsgründen verzichtet.

Nachdem das Datenmaterial schrittweise im oben aufgeführten Raster aggregiert und verdichtet wurde, erfolgte in einem nächsten Schritt eine Zuteilung des Inhalts zu den vier

Thesen (vgl. Kapitel 1.2). Manche Fragen wurden nicht starr einer These zugeiteilt, sondern konnten für mehrere verwendet werden. Tabelle 4 illustriert diese Zuteilung.

These 1	Frage 1, 2, 3
These 2	Frage 6, 7, 8, 12
These 3	Frage 4, 5, 9, 10, 11
These 4	Hinweise auf alle Fragen

Tabelle 4: Zuordnung der Interviewfragen zu den Thesen

Für die Auswertung der Interviews wird im Folgenden nur die männliche Form ‹Experte› verwendet, da es sich bei den Interviewpartnern ausschliesslich um männliche Personen handelte. Mit Ausnahme von zwei Interviews nahm jeweils ein Experte am Interview teil. Zwei Interviews wurden mit zwei Experten durchgeführt, welche jeweils unterschiedliche Funktionen innerhalb des Unternehmens hatten. Für die Auswertung wurde diesbezüglich jedoch keine Unterscheidung gemacht. Die Aussagen und Meinungen bei der Auswertung beziehen sich demnach immer auf die Expertise des Unternehmens.

5. Auswertung und Erkenntnisse

Der Aufbau dieses Kapitels richtet sich nach den vier Thesen und behandelt die gewonnenen Erkenntnisse aus den geführten Interviews. Jedes Unterkapitel wird mit der These eingeleitet und endet mit einer zusammenfassenden Schlussfolgerung.

5.1 These 1

These 1: Der Wohnungsmarkt der Schweiz wird nicht von allen Megatrends gleich stark beeinflusst. Individualisierung, demografische Entwicklung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit zählen zu den wahrgenommenen Haupttreibern.

Der Megatrend der demografischen Entwicklung der Schweizer Bevölkerung wurde von allen Interviewpartnern als einer der zentralen Haupttreiber für den Wohnungsmarkt der Schweiz genannt. Auch die Megatrends Nachhaltigkeit und Digitalisierung erachteten alle Experten als bedeutende Megatrends und somit als signifikante Einflussfaktoren für den Wohnungsmarkt der Schweiz. Ebenso wurde die Individualisierung als Megatrend des gesellschaftlichen Wandels von mehr als der Hälfte der befragten Experten als bedeutender Einflussfaktor genannt, während die Megatrends Mobilität, Urbanisierung und Globalisierung weniger häufig erwähnt wurden. Nebst diesen Megatrends bezeichneten einzelne Experten die wachsende Sharing-Economy sowie die zunehmende Regulierung als Megatrends. Regulierungen wurden sowohl in Bezug auf die Nachhaltigkeit als auch im Zusammenhang mit dem Mietwohnungsmarkt angesprochen. Die aktuellen ökonomischen Rahmenbedingungen (historisches Zinstiefumfeld) kamen in diesem Zusammenhang ebenfalls zur Sprache.

Demografische Entwicklung: Der Megatrend der Bevölkerungsentwicklung der Schweiz wird von allen Investoren als der dominierende Einflussfaktor für den Wohnungsmarkt der Schweiz und letztendlich für dessen Wohnliegenschaften erachtet, weil dieser Megatrend im Vergleich zu anderen relativ gut messbar, absehbar und demnach statistisch beobachtbar sei. In Bezug auf die demografische Veränderung wurde vor allem die Überalterung bzw. die steigende Lebenserwartung der Schweizerinnen und Schweizer genannt. Aspekte wie die generell wachsende Bevölkerung oder die Migration kamen weniger oft zum Ausdruck. Die demografische Entwicklung sei demnach unaufhaltbar und eine direkte Auswirkung auf den Wohnbereich sei sichtbar. Sowohl die demografische Alterung als auch die wachsende Individualisierung der Schweizer Gesellschaft würden zu einem Anstieg der Anzahl kleinerer Haushalte führen. Demnach würden Einpersonenhaushalte mit einem Anteil von 35 % die am häufigsten vertretene Haushaltsform

in der Schweiz darstellen. In den Grosszentren erreiche dieser Anteil 50 %, so ein Experte. Ein anderer Experte erklärte, dass sich das vermehrte Vorkommen von Einpersonenhaushalten direkt auf die Anzahl der geleisteten Spitexstunden (Spitalexterne Hilfe und Pflege) in einer Gemeinde auswirke. Während vor 15 Jahren in der angesprochenen Gemeinde mit rund 8000 Einwohnern noch 10'000 Spitexstunden geleistet wurden, sind es heute über 35'000. Dies zeigt, dass die Menschen älter werden und länger zu Hause leben, wo sie dann allerdings auf externe Hilfe angewiesen sind. Auch die Thematik der Singularisierung, das heisst, dass Leute im Alter öfter allein leben, werde hier sichtbar. Generell wurde im Zusammenhang mit der demografischen Entwicklung im Gleichzug der Megatrend des demografischen Wandels der Gesellschaft bzw. die Individualisierung erwähnt.

Nachhaltigkeit: Neben der demografischen Entwicklung scheint die Nachhaltigkeit für die interviewten Experten ein zentraler Megatrend zu sein. Nachhaltige Lösungen hätten im Wohnbereich in den letzten Jahren zahlreiche Veränderung bewirkt und würden zukünftig weiter an Bedeutung gewinnen. Die Immobilienbranche befinde sich, gemäss der Einschätzung eines Experten, vermutlich erst am Anfang dieses tiefgreifenden Wandels. Die befragten Personen nannten zum Megatrend Nachhaltigkeit vorwiegend zwei zentrale Aspekte. Zum einen sei dieser nachweisbar, messbar und statistisch beobachtbar und zum anderen sei die Regulation ein Treiber dieses Megatrends.

In diesem Zusammenhang wurde die Klimaerwärmung, von der auch die Schweiz immer stärker betroffen sei, am häufigsten erwähnt. Aus den Interviews ging hervor, dass sich die Experten immer öfter mit der Thematik des sommerlichen Hitzeschutzes konfrontiert sehen. Als Beispiel wurde die aktive Begrünung bzw. der daraus resultierende natürliche Schatten genannt. Ein befragter Experte erwähnte, dass bei Neubauprojekten vermehrt Loggias anstelle von klassischen Balkonen gebaut würden, da Erstere weniger stark der Sonne ausgesetzt seien. Auch die Begrünung von Dächern, Fassaden und Aussenräumen würde zukünftig stärker berücksichtigt. Bäume und Wiesen sollten über Nacht Feuchtigkeit aufnehmen und diese tagsüber wieder abgeben und die Umgebung kühlen. Weiter senke die Begrünung auch die Feinstaubbelastung. Ein Experte erwähnte, dass er den Klimawandel im Zusammenhang mit dem sommerlichen Hitzeschutz ebenfalls als zentrales Thema sehe, diese Tendenz allerdings nicht als Megatrend bezeichnen würde, da es eine Entwicklung sei, von der Menschen sich wegbewegen, und nicht eine, zu der sie sich hinbewegen möchten.

Die Verschärfung der regulatorischen Rahmenbedingungen durch den Gesetzgeber nannte die Mehrheit der befragten Experten als zweiten zentralen Aspekt des Megatrends Nachhaltigkeit. Durch gesetzliche Vorgaben zum Energieverbrauch, dem CO₂-Ausstoss und dem Einsatz fossiler Energieträger gewinne der Megatrend an Bedeutung. Die Experten waren sich einig, dass auch zukünftig die Regulation der Treiber dieses Megatrends sein wird. Ein Experte ging davon aus, dass die Vorschriften in Zukunft so weit gehen werden, dass gewisse Mieter im kommerziellen Bereich nur noch Mietflächen von nachhaltigen und zertifizierten Gebäuden mieten dürfen. Er nahm zudem an, dass gewisse Energieträger zukünftig stärker besteuert werden, was wiederum monetäre Konsequenzen mit sich bringen würde. Dass es die regulatorische Verschärfung auch ein Stück weit brauche, wurde von einem Experten konkret erwähnt. Denn laut ihm würden sonst gewisse Akteure des Immobilienmarktes die Thematik vermutlich unbeachtet lassen oder bewusst umgehen. Weiter würden die Verschärfungen dazu beitragen, die Transparenz bezüglich des Energieverbrauchs oder CO₂-Ausstosses zu erhöhen und dadurch Durchschnittsvergleichswerte zu schaffen. Denn nur so sei es möglich, einzelne Liegenschaften zu vergleichen, Referenzwerte zu schaffen und folglich Verbesserungen zu bewirken. Die regulatorische Verschärfung sei demnach eine logische Konsequenz. Dieser Meinung war auch ein anderer Experte, welcher noch einen Schritt weiter ging. Er bezeichnete die Nachhaltigkeit an sich nicht als Megatrend, da diese politisch gewollt und demnach eine logische Entwicklung sei, die jeder Immobilieneigentümer umsetzen müsse. Es sei jedem selbst überlassen, schneller oder langsamer darauf zu reagieren. Früher oder später seien allerdings alle betroffen. Das zunehmende ökologische Bewusstsein der Bevölkerung bzw. der Mieter hingegen könne aus seiner Sicht als Megatrend bezeichnet werden. Ein gewisser Druck der Nachfrager sei spürbar.

Weiter ging aus den Interviews hervor, dass sich auch seitens der Investoren die Relevanz von nachhaltigen Immobilieninvestments abzeichnet. Ebenso sei die Nachhaltigkeit deshalb so relevant, weil nicht nur die Nachhaltigkeit im ökologischen Sinne, sondern weitreichende Bereiche betroffen seien. Es wurden die ESG-Kriterien (Environment, Social, Governance) genannt, welche von vereinzelt Investoren bei ihren Investments bereits berücksichtigt würden. Auch die Teilnahme am Global Sustainability Benchmark (GRESB) schien in jüngster Vergangenheit bei den Investoren an Bedeutung gewonnen zu haben. Ein Experte bezeichnete die Nachhaltigkeit als omnipräsentes Thema und betonte, dass Immobilieneigentümer diesbezüglich auch eine gesellschaftliche Verantwortung hätten und gerade mit Immobilien ein wesentlicher Beitrag geleistet werden könne.

Digitalisierung: Die geführten Interviews brachten klar zum Ausdruck, dass die Digitalisierung als Megatrend bezeichnet werden kann und auch zukünftig weiter an Bedeutung gewinnen wird. Bei allen Experten schien diese Thematik im Vordergrund zu stehen und eine gewisse Dringlichkeit war feststellbar. Gleichzeitig wurde die Digitalisierung der Immobilienbranche von den befragten Experten paradoxerweise als nicht sehr fortschrittlich bezeichnet. Den Grund dafür sahen viele Experten in der Tatsache, dass die Immobilienmärkte bis anhin alles absorbiert hätten und es daher nicht nötig gewesen sei, sich mit der Digitalisierung auseinanderzusetzen. Die ungebremste Nachfrage nach Immobilien, angetrieben von den tiefen Zinsen der letzten Jahre, hätte dies zusätzlich unterstützt. Weitere von den Experten genannte Gründe waren, dass die Branche einerseits generell träge sei und es andererseits wohl einfach «verschlafen» und «sich zu lange auf den Lorbeeren ausgeruht» habe.

Eine weitere Hürde sahen viele Experten in der Schnelllebigkeit der digitalen Komponenten bei Smart Homes. Es sei generell schwierig, zu sagen, was sich durchsetzen werde und was nicht. Aus diesem Grund arbeiten einige Unternehmen der befragten Experten mit Pilotprojekten. Nach ein paar Jahren würden diese systematisch ausgewertet. Basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen werde entschieden, welche Komponenten und Massnahmen sinnvollerweise weiter zur Anwendung kommen und wo Verbesserungspotenzial besteht.

Aus den Interviews ging ebenfalls hervor, dass einige Experten immer mehr auf eine De-Technologisierung der Wohnliegenschaften setzen. Konkret bedeutet dies weniger Technologie einzubauen und im Gegenzug den Komfort losgelöst vom Gebäude durch andere Prozesse wie eine Softwarelösung in Form einer App zu generieren. Eine klare Trennung von Hard- und Software scheint sich in Zukunft abzubilden. Aus den Interviews resultierte, dass Mieter- und Service-Apps praktisch bei allen befragten Experten im Einsatz sind. Während manche die klassischen Serviceleistungen wie Reinigungen anbieten, integrieren andere auch erweiterte Dienstleistungen für das Wohnen im Alter. Dass durch die Apps ein Digitalisierungsschub für die Bewirtschaftung der Wohnliegenschaften stattgefunden habe, wurde von den Experten einstimmig bejaht.

Weiter war aus den Interviews feststellbar, dass sich ein Trend weg von den klassischen Smart Home-Gebäuden abzeichnet. Die Antwort auf diesen Gegentrend ist ein sogenanntes Lowtech-Gebäude, welches von einem befragten Unternehmen aktuell erstellt wird. Die Büroliegenschaft befindet sich neben der ehemaligen NZZ-Druckerei in Schlieren

(ZH). Beim Bau des Bürohauses wurde praktisch auf die gesamte Haustechnik wie Heizung, Kühlung und Lüftung verzichtet. Dicke Mauern (Massivbauweise), Lochfenster, sowie Sensoren sorgen für das optimale Raumklima zwischen 22 und 26 Grad Celsius. Auf dem Dach befindet sich ausserdem eine Fotovoltaikanlage. Auf die Zuführung von Fremdenergie kann verzichtet werden, was sich positiv auf die Energiekosten auswirkt. Auch die Baukosten fallen durch den Verzicht der Haustechnik deutlich tiefer aus (Swiss Prime Site, ohne Datum)



Abbildung 18: Lowtech-Bürogebäude in Schlieren (Swiss Prime Site, ohne Datum)

Individualisierung: Der gesellschaftliche Wandel bzw. die Individualisierung der Gesellschaft wurden oftmals im Zusammenhang mit dem Megatrend der demografischen Bevölkerungsentwicklung in Verbindung gebracht. Die Schweizer Bevölkerung verändert sich demnach nicht nur strukturell, sondern auch die klassischen Lebensphasen würden sich verändern und verschieben. Die fortschreitende Individualisierung der Gesellschaft zeige sich gemäss den Experten am deutlichsten in der Vermietbarkeit der Wohnliegenschaften. Angesichts dieser Tatsache reagieren die Unternehmen mit einem möglichst flexiblen Flächenangebot und neuen Wohnformen. Die Flexibilisierung der Wohnformen zeigt sich mit Ausnahme der Gemeinschaftsräume in Form von Nischenangeboten. Konkret sind dies die Folgenden:

- Zuschalt- bzw. Separatzimmer
- Wohngemeinschaften 55+ bzw. 65+
- Grosswohnungsgemeinschaften
- Clusterwohnungen
- Microapartments
- Mehrgenerationenhäuser
- Gemeinschaftsräume

Im Zusammenhang mit der Individualisierung wurde von einigen der befragten Experten der Begriff «Nearshoring» erwähnt, was so viel wie eine absatzmarktnahe Produktion bedeutet. In diesem Kontext ist vor allem die Nahversorgung gemeint. Demnach ist es die Strategie eines Experten, dass alles, was die Bewohner im Alltag benötigen, sich in unmittelbarer Nähe befindet. Wohnen, Arbeiten, Kinderkrippe, Einkauf und Freizeit sollen in kurzer Gehdistanz erreichbar sein. Dabei sollen auch wieder vermehrt Kleingewerbe und Kleinverteiler den Weg ins Quartier finden. Die Dynamik fände zukünftig nicht mehr in den Shoppingcentren statt, sondern in kleinen Nachbarschaftsquartieren. Diese Meinung teilte auch ein zweiter Experte. Softfaktoren wie Community-Areale und das Quartierleben würden demnach zukünftig an Bedeutung gewinnen. Auch die wachsende Sharing-Economy wurde von mehreren Experten in diesem Kontext genannt. Die Rede war von der Velo-Mobilitätsstation, der gemeinschaftlichen Nahrungsmittelversorgung im Quartier oder der Gemeinschaftstiefkühlanlage im Haus. Ein Experte ging davon aus, dass sich das Sharing-Thema noch auf weitere Gebiete ausdehnen und ein Mieter beispielsweise in Zukunft nur noch ein Wohnrecht mieten werde. Je nach Lebensphase oder Jahreszeit könne dieses Wohnrecht dann in einem anderen Produkt oder an einem anderen Ort gelten.

Schlussfolgerung

Zusammenfassend kann bestätigt werden, dass aus Sicht der befragten Experten die Megatrends demografische Entwicklung, insbesondere die Überalterung der Bevölkerung sowie Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Individualisierung die stärksten Auswirkungen auf den Schweizer Wohnimmobilienmarkt bzw. auf die Wohnliegenschaften haben und auch zukünftig haben werden. Die Nachhaltigkeit als allgegenwärtiges Thema scheint aufgrund regulatorischer Vorschriften unumgänglich und wird die Immobilienbranche auch in Zukunft weiter beschäftigen. Die Digitalisierung scheint erst langsam in der Immobilienbranche Fuss zu fassen. Deren Umsetzung verläuft eher schleppend und eine gewisse Unsicherheit und Vorsicht seitens der Investoren ist spürbar. Die fortschreitende Individualisierung sowie die Überalterung der Gesellschaft schlagen sich in der Vermietbarkeit der Wohnungen nieder. Innovative und flexible Wohnformen mit externen Service- und Hilfsfunktionen in Form von Nischenangeboten werden daher auch zukünftig gefragt sein.

5.2 These 2

These 2: Megatrends werden von den institutionellen Investoren grundsätzlich als Chancen wahrgenommen, um zum Beispiel in Nischenprodukte zu investieren und neue Dienstleistungen anzubieten, um daraus wiederum eine Mehrrendite im Vergleich zur herkömmlichen Nutzung zu erzielen. Trotzdem fehlt es oft an der tatsächlichen Umsetzung.

Die interviewten Experten waren sich einig, dass Megatrends grundsätzlich als Chance angesehen werden können. Gleichzeitig würden sie jedoch auch Risiken darstellen, vor allem im Kosten- und Investitionsbereich, und seien daher mit Herausforderungen verbunden.

Auf die Frage, welche konkreten durch Megatrends generierte Chancen die Experten sehen, wurden vor allem die Senkung von Betriebs- und teilweise Baukosten sowie die bessere Vermietbarkeit der Wohnliegenschaften genannt. Ein Experte erläuterte, dass die Betriebskosten für ein bestimmtes Portfolio aufgrund von Massnahmen vorwiegend im Bereich der Nachhaltigkeit um 10 % gesenkt werden konnten. Zudem seien in seinen Augen Wohnimmobilien, die Megatrends berücksichtigen, kommerziell erfolgreich. Dies äussere sich in einer guten Vermietungsquote und in zufriedenen Mietern. Durch die Digitalisierung in Form von Smart Homes oder sonstigen Zusatzleistungen im Bereich von Sharing-Angeboten wäre es möglich, sich Vorteile zu verschaffen und sich von der Konkurrenz abzuheben. Obwohl diese Softfaktoren nicht per se zu einer höheren Zahlungsbereitschaft der Mieter führen würden, könnten gemäss einem Experten Leerstände der Liegenschaften insbesondere in peripheren Lagen und an Standorten, die mit erhöhten Leerstandsquoten zu kämpfen haben, vermieden oder reduziert werden. Leistungen vor allem im Bereich der Digitalisierung können demnach als Alleinstellungsmerkmal fungieren und im Optimalfall als Wettbewerbsvorteil gesehen werden.

Viele Experten kamen auf den Aspekt der Mehrkosten zu sprechen, wobei sie unterschiedliche Meinungen vertraten. Im Zusammenhang mit dem Megatrend Nachhaltigkeit kam dies deutlich zum Vorschein. Während einige Experten überzeugt waren, dass nachhaltige Liegenschaften besser vermietet werden könnten, erwähnten andere die Problematik, dass dafür seitens der Mieter die zusätzliche Zahlungsbereitschaft fehle. Die Mieter fänden es beispielsweise attraktiv, in einer zertifizierten Liegenschaft zu wohnen, die weniger Heizkosten verursache. Die Bereitschaft, dafür monatlich eine höhere Miete zu bezahlen, sei in der Schweiz jedoch (noch) nicht sichtbar. Bei Mietern kommerzieller Flächen sei die Tendenz zu einer erhöhten Zahlungsbereitschaft für nachhaltige Lösungen

hingegen wahrnehmbar. Bei Wohnungsmietern sei es somit aus Sicht gewisser Experten schwieriger, höhere Investitionskosten zu rechtfertigen.

Einige Experten vertraten die Meinung, dass sich gewisse Investitionen über die Zeit hinweg amortisieren. Als Beispiel wurde von einem Experten eine Liegenschaft in Zuchwil (SO) erwähnt, wo eine ganze Solarfassade in Planung sei. Diese verursache zwar zu Beginn erhöhte Anfangsinvestitionen, während des Betriebs der Solaranlage könnten jedoch mehr Erträge erzielt werden, wodurch die Rechnung langfristig betrachtet aufgehe. Auch ein zweiter Experte nannte die Fassade als Beispiel. Er erläuterte, dass für eine nachhaltige Fassade deutlich höhere Investitionen eingeplant werden müssten als für eine aufgeklebte Kompaktfassade, sie aber langfristig, über 20 Jahre betrachtet, die günstigere Lösung darstelle.

Laut den Experten erhöht sich die Schwierigkeit, auf Megatrends zu reagieren, aufgrund der Tatsache, dass Veränderungen heute mit einer grösseren Dichte auftreten als früher und der Stand der Technik, sei es bei digitalen Steuerungskomponenten oder bei der Haustechnik, schnell von neuen Produkten überholt werde. Gerade bei den Smart Home-Lösungen, bei denen die Entwicklungen noch jung seien und derzeit wenige Erfahrungswerte existierten, sei die Herausforderung gross. Es bestehe die Gefahr, sich auf ein System zu konzentrieren, das in kürzester Zeit nicht mehr zukunftsfähig sei. Auf das ganze Portfolio betrachtet bestehe somit ein grosses Klumpenrisiko. Verkabelungen und Steuerungselemente sowie neu dazukommende Entwicklungen sollten demnach flexibel adaptierbar sein und die Möglichkeit zur Weiterentwicklung bieten. Vorsicht sei gemäss Aussage eines Experten nicht nur bei der Hardware geboten, sondern auch bei der Software (Bsp. Mieter- und Service-Apps). Dort sei die Kompatibilität mit anderen Programmen relevant, denn das Neuaufsetzen von Software könne in unnötigen Kosten resultieren und/oder zu einer Abhängigkeit vom Anbieter führen. Die Zusammenarbeit mit Experten sowie innovativen Start-ups sei daher unumgänglich.

Ein anderer Experte sah eine weitere Herausforderung darin, zu entscheiden, wie auf Megatrends reagiert werde und welche Ableitungen für das Immobilienportfolio gemacht würden. Es gebe verschiedene Lösungsansätze, um auf Megatrends zu reagieren. Die Gefahr, sich dabei für einen falschen Ansatz zu entscheiden, und das Risiko, sich in einen Trend zu verrennen, bestehe immer. Als Beispiel nannte er die Überalterung der Bevölkerung. Dieser Megatrend existierte bereits in den 1970er-Jahren. Die Folge war, dass der Markt mit Altersheimen überschwemmt wurde. Diese Altersheime seien inzwischen aber demodiert und entsprächen nicht mehr den heutigen Ansprüchen. Die ältere Generation

(Silver Society) bevorzuge die Pflege zu Hause und der Schritt ins Altersheim erfolge wenn überhaupt erst spät. Ein anderer Experte sah dies genauso. Damals hätte die Annahme bestanden, dass alle 65-Jährigen nach der Pensionierung in Altersresidenzen ziehen würden. Diese Annahme habe sich jedoch nicht bewahrheitet, denn dies fände erst statt, wenn die Menschen wirklich Pflege benötigten. Man versuche nun die Reaktion auf diesen Megatrend zu adjustieren, indem heute altersgerechte Wohnungen mit der Möglichkeit, medizinische und pflegerische Dienstleistungen zu beziehen, gebaut würden. Als Beispiel nannte er die Wohnsiedlung «Sunnepark» in Grenchen (SO), welche neben einem Ambulatorium mit Pflegebetten gebaut werde. Andere Experten erläuterten ähnliche Beispiele in Bezug auf die Wohnungsgrössen. Als Antwort auf die demografische Veränderung der Bevölkerung wurden früher grosszügige 4.5- und 5.5-Zimmer-Wohnungen gebaut. Aufgrund der Singularisierung und Individualisierung der Gesellschaft dominiere heute jedoch die Nachfrage nach Kleinwohnungen. Um die Vermietbarkeit weiterhin zu gewährleisten und keinen Leerstand zu riskieren, würden heute Grosswohnungen häufig in Kleinwohnungen umgewandelt, was nicht zuletzt mit erheblichen Investitionskosten verbunden sei.

Die geführten Interviews haben gezeigt, dass die Umsetzung bzw. Implementierung von Megatrends in einem gewissen Umfang davon abhängig ist, ob und wie fundiert diese in Strategiepapieren oder Baustandards verankert sind (vgl. These 3). Eine Unterscheidung, ob Trends umgesetzt werden, zeigt sich auch hinsichtlich der Kriterien Bestandes- und Neubauobjekte, Standort, Segment und Zielgruppe.

Aus den Experteninterviews ging hervor, dass die Umsetzung der Megatrends nicht an allen Standorten gleich gehandhabt wird. Es zeigte sich, dass gewisse Unternehmen eine Unterscheidung zwischen zentralen und peripheren Lagen machen. Die Expertenaussagen bewiesen, dass die Berücksichtigung von Megatrends vorwiegend bei Wohnliegenschaften in Stadtzentren stattfindet, da dort eine grössere Zahlungsbereitschaft feststellbar sei. Einige Experten waren gegenteiliger Meinung und erklärten, dass es gerade in peripheren Lagen, wo sich die schwierige Vermietbarkeit der Wohnungen in Form von wachsenden Leerständen bemerkbar mache, unabdingbar sei, sich durch Mehrleistungen von der Konkurrenz abzuheben. Obwohl die Zahlungsbereitschaft nicht die gleiche sei wie in Stadtzentren, könnten so immerhin Leerstände vermieden werden. Ein Experte erläuterte, dass sein Unternehmen die Stadt jeweils als Testlabor ansehe. Demnach würden Pilot-

projekte in Zentren initiiert und nach einer Testphase ausgewertet. Was dort gut funktioniert und von den Mietern geschätzt werde, würde in einer zweiten Phase auch in Wohnprojekten in B- und C-Lagen Anwendung finden.

Weiter kristallisierten sich auch die Grösse einer Wohnüberbauung, die Zielgruppe sowie der jeweilige Megatrend selbst als Entscheidungskriterien für die Berücksichtigung eines Megatrends heraus. So unterschied beispielsweise ein Experte je nach Megatrend, in welcher Lage und bei welcher Zielgruppe sowie in welchem Segment die Implementierung eines Megatrends zum Tragen komme.

Einigkeit herrschte über die Tatsache, dass die Berücksichtigung von Megatrends bei Neubauprojekten bedeutend einfacher sei als bei Bestandesliegenschaften und die Anwendung daher vorwiegend bei Neubauprojekten stattfinde. Bei Bestandesliegenschaften könnten Adaptierungen bei Sanierungen veranlasst werden, jedoch zwangsläufig nicht im gleichen Umfang wie bei einer neu erstellten Liegenschaft. Von den Experten erwähnte Massnahmen waren: Flexibilisierung bzw. Neuordnung der Flächenstruktur, nachhaltiges Aufstocken oder Verdichten, Einbau intelligenter Heizungssysteme, Erneuerung von Fenstern und Isolierungen, Begrünung von Aussenräumen, Einführung einer Mieter-App sowie Einbringung von Sharing-Angeboten.

Ein Experte veranschaulichte die Massnahmen anhand des Beispiels einer Akquisition von einer Überbauung mit vier älteren Bestandesliegenschaften. Zwei der vier Baukörper würden abgerissen und durch Ersatzneubauten ersetzt. Ein Baukörper werde saniert und der vierte Baukörper werde so belassen wie er ist. Das Flächenangebot der Überbauung werde mittels Grundrissanpassungen flexibilisiert. In der Sanierungsliegenschaft könne beispielsweise das Erdgeschoss je nach Bedarf als Kinderkrippe oder 4.5-Zimmer-Wohnung genutzt werden. Die mit fossilen Brennstoffen betriebene Heizung werde durch Wärmepumpen mit Erdwärmesonden ersetzt und auf dem Neubau werde eine Fotovoltaikanlage installiert, welche die ganze Überbauung mit Strom versorge. Die neu erstellten Bauten würden dem Minergie-Standard entsprechen und seien mit einer kontrollierten Wohnungslüftung ausgestattet. Hinsichtlich der Digitalisierung würden elektronische Paketboxen bereitgestellt.

Einige Experten erklärten während der Interviews, dass sie bei der Implementierung der Megatrends externe Unterstützung beiziehen würden. Diese würden sie von Fachpersonen oder durch die enge Zusammenarbeit und den Austausch mit Start-ups erhalten. Ins-

besondere im Bereich der Digitalisierung seien diese Hilfestellungen bedeutend. Der Mitbezug der Mieter wurde weiter genannt. Die Implementierung von Megatrends wurde als ein iterativer Prozess, welcher von mehreren Stellen angestoßen werden könne, bezeichnet. Die Kommunikation und der Austausch über die Bedürfnisse der Bewohner seien demnach bedeutende Aspekte und es werde versucht, auf diese einzugehen. Weiter wurde im Zusammenhang mit der Umsetzung und Implementierung der Megatrends der GRESB-Standard erwähnt., der als Unterstützung für die Umsetzung des Megatrends Nachhaltigkeit angewendet werde. An ihm werde letztendlich das Portfolio bzw. Investment in Bezug auf die Nachhaltigkeit bewertet und gemessen.

Schlussfolgerung

Zusammenfassend kann bestätigt werden, dass die befragten Experten Megatrends grundsätzlich als Chance wahrnehmen. Dabei steht meist nicht das Erwirtschaften einer Mehrrendite im Vordergrund, sondern vielmehr das Bestreben, die Vermietbarkeit zu gewährleisten bzw. Leerstände zu vermeiden, insbesondere an ländlichen Standorten.

Auch in der langfristigen Denkperspektive werden Megatrends als Chance gesehen, obwohl kurzfristig ein monetärer Mehraufwand entsteht. Es wird davon ausgegangen, dass die Investitionen durch Berücksichtigung von Megatrends eine längere Lebensdauer haben. Nichtsdestotrotz besteht die Gefahr, Megatrends falsch zu interpretieren und in der Umsetzung die falschen Rückschlüsse zu ziehen.

Weiter resultiert aus der Auswertung, dass die Umsetzung in der Praxis stattfindet. Je nach Megatrend ist die Umsetzung vorwiegend in Form von Zusatzleistungen oder Nischenprodukten erkennbar. Dem Megatrend Nachhaltigkeit wird vorwiegend aufgrund des regulatorischen Drucks und der Erwartungshaltung der Stakeholder Rechnung getragen.

5.3 These 3

These 3: Megatrends haben Auswirkungen auf die Wertschöpfungskette einer Wohnimmobilie. Aus diesem Grund müssen sich Investoren mit diesem Thema aktiv auseinandersetzen und Megatrends müssen folglich ein fester Bestandteil der Immobilienstrategie sein.

Im Rahmen der geführten Interviews wurden die Experten mit der Frage konfrontiert, ob Megatrends die Immobilienstrategie beeinflussen würden bzw. integraler Bestandteil seien und welchen Einfluss Megatrends auf die Wertschöpfungskette hätten. Auffallend

war, dass die Frage anfänglich von vielen Interviewpartnern mit einem deutlichen Ja beantwortet wurde – Megatrends hätten einen Einfluss und würden in die Strategie integriert. Im Verlauf des Gesprächs stellte sich jedoch oftmals heraus, dass Megatrends in der Strategie, der Vision oder im Leitbild nicht übergeordnet verankert waren. Berücksichtigung fanden Megatrends nur ansatzweise im Rahmen von periodischen Strategieprozessen und -reviews auf der Stufe des Portfolios bzw. Produkts, insbesondere bei der Bau- und Erneuerungsplanung, bei Pflichtenheften zu Baustandards oder auch im Bereich des Risikomanagements. Während den Interviews kristallisierte sich heraus, dass die Berücksichtigung von Megatrends vor allem auf Stufe der Einzelligenschaft sowie im operativen Tätigkeitsbereich stattfindet, beispielsweise anhand von mehrjährigen Businessplänen für eine Liegenschaft. Diese werden jedoch jährlich überprüft bzw. adjustiert und gegebenenfalls müssen Massnahmen daraus abgeleitet werden, um den neusten Entwicklungen gerecht zu werden. Die Interviews haben folglich gezeigt, dass bei der Mehrheit der befragten Experten Megatrends auf der Ebene der Strategie zwar ansatzweise mitberücksichtigt werden, diese aber nicht zwingend ein Bestandteil waren. Es wurde versucht, die Megatrends über das Portfolio hinweg zu berücksichtigen und wenn möglich auf Objektebene anzuwenden.

Zwei der interviewten Experten bildeten eine Ausnahme. Bei einem Unternehmen waren bzw. sind Megatrends demnach die langfristigen und wegweisenden Treiber für die Formulierung und Orientierung der Strategie. Im Fokus stehen die Megatrends Individualisierung, Konnektivität, Silver Society und Ökologie. Ein weiteres Unternehmen hat vor über zehn Jahren entschieden, zwei Anlagegefässe innerhalb des Gesamtportfolios konkret auf zwei Megatrends auszurichten. Der Immobilienfonds «Real Estate Fund Living-Plus» fokussiert sich auf die demografischen Veränderungen und die Überalterung der Bevölkerung. Investiert wird demnach in verschiedene Alterswohnformen wie Alters- und Pflegeheime (inkl. Demenzabteilungen), Gesundheitsimmobilien oder Wohnungen mit Dienstleistungen (Living-Services). Der Fund umfasst heute 108 Liegenschaften über die ganze Schweiz verteilt. Dies entspricht einem Fondsvermögen von 2.9 Milliarden Schweizer Franken (Stand 31.12.2019). Die Marktsegmentierung für das Wohnen im Alter wird wie in Abbildung 19 dargestellt unterteilt.

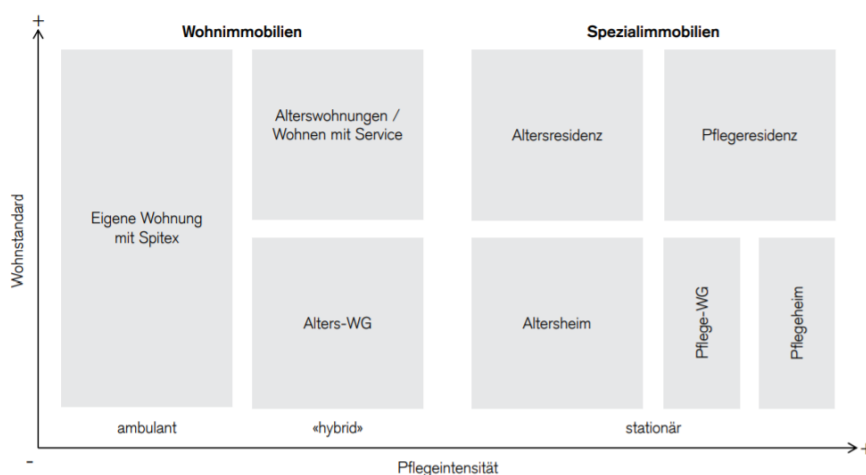


Abbildung 19: Marktsegmentierung Wohnen im Alter
(Credit Suisse Asset Management Schweiz AG, 2020a, S. 6)

Das zweite Anlagegefäss ist der Real Estate Fund Green Property, welcher vor elf Jahren lanciert und im Jahr 2016 mit dem Fund CS REF PropertyPlus fusioniert wurde. Heute ist der Fund in 45 Liegenschaften sowie vier Projekte (2.7 Milliarden Schweizer Franken) in der ganzen Schweiz investiert. Der Fokus der Anlagestrategie liegt auf Nachhaltigkeit. Investiert wird demnach nur in Liegenschaften, welche den Anforderungen des Gütesiegels «greenproperty» für nachhaltiges Bauen entsprechen. Das Gütesiegel umfasst die Dimension Nutzung, Infrastruktur, CO₂ bzw. Energie, Materialien, Lebenszyklus. Abbildung 20 illustriert die fünf Dimensionen mit deren Kriterien.

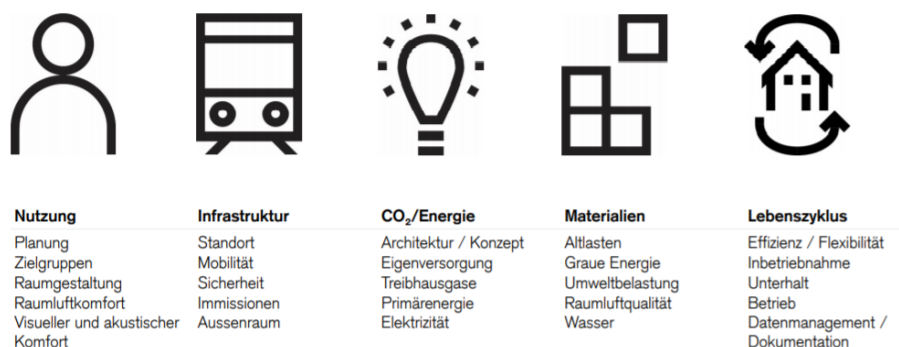


Abbildung 20: Gütesiegel für nachhaltiges Bauen
(Credit Suisse Asset Management Schweiz AG, 2020b, S. 6)

Bei der Betrachtung der Auswirkungen von Megatrends auf die Wertschöpfungskette wichen die Expertenmeinungen voneinander ab. Nicht alle Experten waren sich einig, welcher Teil der Wertschöpfungskette am meisten von den Megatrends beeinflusst wird. Während die einen sagten, Megatrends hätten einen Einfluss auf alle Bereiche der Wert-

schöpfungskette, entgegneten die anderen, dass diese, wenn überhaupt, nur auf vereinzelte Bereiche Auswirkungen hätten. Aus Abbildung 21 geht hervor, wie die verschiedenen Bereiche einer Wertschöpfungskette unterschiedlich gewichtet wurden. Je dunkler die graue Füllung, desto häufiger wurde der Bereich genannt:

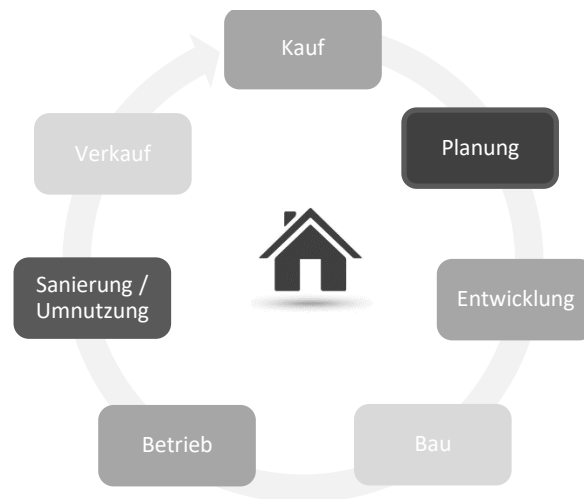


Abbildung 21: Wertschöpfungskette einer Immobilie

In der Planungsphase sahen die meisten Experten die grösste Möglichkeit, auf Megatrends zu reagieren und auf diese einzugehen, insbesondere bei Neubau- oder Entwicklungsprojekten. Bei Bestandesliegenschaften hingegen seien Sanierungen bzw. Umnutzungen der Moment, in dem Megatrends Berücksichtigung fänden. Parameter wie Wohnungsmix, Zielgruppe etc. und folglich auch die Implementierung von Megatrends könnten so gemäss Experten gezielt gesteuert werden. Interessanterweise wurde im Zusammenhang mit der Planung von keinem Experten die BIM-Methode (Building Information Modelling) erwähnt (vgl. Kapitel 3.3). Lediglich auf Nachfragen der Autorin äusserten sich einige Experten dazu. Dies veranschaulicht, wie unbedeutend dieses Thema bei den Experten zurzeit (noch) zu sein scheint, obwohl die Kosten für den Bau und die Weiterführung der Liegenschaft durch BIM nachweislich gesenkt werden können. Das Hauptproblem sahen die meisten befragten Personen in der noch fehlenden Ausbildung der Fachleute im Umgang mit BIM. Architekten sowie Ingenieure seien mit dessen Anwendung noch zu wenig vertraut. Weiter wurde von einigen Experten der Bereich Betrieb genannt. In diesem Kontext wurde erwähnt, dass zwar die Einflussnahme nicht mehr so gross sei wie bei der Planung oder Sanierung, im Bestand bzw. während dem Betrieb der Liegenschaft könnten jedoch Konzepte wie Sharing-Angebote als Optimierungsmassnahmen implementiert werden. Ein anderer Experte war der Meinung, dass durch zusätzliche

Leistungen wie Service- und Mieter-Apps der Betrieb der Liegenschaft optimiert und so ein Mehrwert generiert werden könne.

Nebst dem Bereich Betrieb wurde auch der Kauf vereinzelt genannt. Erwähnt wurde diesbezüglich, dass Megatrends den Kaufentscheid beeinflussen und daher die heute als Megatrends bezeichneten Zukunfts- und Veränderungserwartungen wesentlich seien. Einige Experten erwähnten in diesem Kontext, dass die Akquisitionsabteilung eine sogenannte Due-Diligence-Checkliste oder ein Ankaufsprofil habe, welche unter anderem auch Aspekte von Megatrends beinhalten. Der Bereich Verkauf der Wertschöpfungskette wurde nur selten erwähnt und werde gemäss Experten nur dann aktuell, wenn eine Liegenschaft nicht mehr an die Megatrends angepasst werden könne und folglich ein Wertverlust durch beispielsweise höhere Leerstände erwartet werde.

Weiter bestätigten viele Experten, Megatrends für Marketingzwecke, das heisst für die Vermarktung ihrer Wohnliegenschaften gegenüber einer bestimmten Zielgruppe oder aber gegenüber ihren Stakeholdern wie den Anlegern, zu nutzen. Bei den Genossenschaften hingegen würde Marketing vorwiegend für die langfristige Positionierung und Reputation und weniger für die Vermarktung von Liegenschaften eingesetzt. Die Auswirkungen von Megatrends im Marketingbereich würden sich nach Aussagen der Experten auch darin zeigen, dass heute im Vergleich zu früher die Geschäftsberichte umfangreicher seien und zu vielen Themen zusätzliche Reports verlangt würden. Dies gelte insbesondere im Bereich der Nachhaltigkeit, welcher stetig an Bedeutung gewinne. Es wird davon ausgegangen, dass der Nachhaltigkeitsbericht in der Zukunft genauso bedeutend sein wird wie der Finanzbericht, was die Bedeutsamkeit von Megatrends unterstreicht. Einige Experten gehen aber weiterhin davon aus, dass nebst dem Nachhaltigkeitsreport zukünftig auch zu anderen Megatrends wie der Digitalisierung eine Berichterstattung unumgänglich sei.

Schlussfolgerung

Zusammenfassend kann bestätigt werden, dass Megatrends die Wertschöpfungskette einer Wohnimmobilie beeinflussen, wobei die Einflussnahme auf die Wertschöpfung sich am stärksten bei der Planung von Neubauprojekten und bei der Umnutzung bzw. Sanierung von Bestandesliegenschaften zeigt. Dies überrascht wenig, da zu diesem Zeitpunkt die Hebelwirkung am grössten ist und die Leitplanken für den Lebenszyklus der Immobilie gelegt werden.

Die Tatsache, dass Megatrends Auswirkungen auf die Wertschöpfungskette einer Wohnimmobilie haben können, setzt nicht zwingend voraus, dass Megatrends integraler Bestandteil einer übergeordneten Immobilienstrategie sind. Die Berücksichtigung von Megatrends bezogen auf einzelne Objekte kann ausreichen, um die Wertschöpfung zu steigern. Eine konsequente Umsetzung auf das Gesamtportfolio ist nicht zwangsläufig notwendig, da es sich um Güter mit einer hohen Heterogenität handelt. Es kann daher sinnvoll sein, sich auf Stufe Objekt mit Megatrends auseinanderzusetzen und ausgewählte Megatrends in die jeweiligen Objektstrategien einfließen zu lassen.

Ob eine konsequente Umsetzung im Gesamtportfolio oder eine teilweise Umsetzung bei Einzelobjekten angestrebt wird, ist ein strategischer Entscheid. Letzteres ist weniger risikant, da sich die Konsequenzen falsch interpretierter Megatrends nicht auf ein gesamtes Portfolio, sondern nur auf Teilbereiche auswirken.

5.4 These 4

These 4: Aufgrund der <Immobilität> und des langen Lebenszyklus von Wohnliegenschaften sind diese zu träge, um auf Trends reagieren zu können. Daher können Megatrends nicht im gleichen Mass auf den Wohnungsmarkt übertragen werden wie auf andere Branchen (beispielsweise die Automobilbranche).

Es ist ein Fakt, dass Immobilien an den Standort gebunden und infolgedessen immobil sind sowie dass beim Bau einer Immobilie die Baumaterialien für eine Nutzungsdauer von mindestens 30 Jahren fest verbaut werden. Beruhend auf diesen Tatsachen bringen Immobilien eine Trägheit mit sich, die die Reaktionszeit auf Veränderungen und Megatrends erheblich beeinflusst. Die Experten vertraten jedoch die Meinung, die Trägheit von Immobilien entstehe nicht nur aufgrund der fixen Konstruktion von Gebäuden, sondern auch aufgrund der teilweise langfristigen Mietverträge, insbesondere bei der kommerziellen Nutzung. Mehrere Experten erklärten, es sei nicht möglich, kurzfristig mit einem ganzen Portfolio auf einen Trend zu reagieren. Eine Umschichtung eines Portfolios sei bei anderen Anlageklassen wie Aktien bedeutend einfacher und vor allem schneller umsetzbar. Kritisiert wurde seitens der Experten, dass die Bauindustrie konservativ und träge sei und dies in der logischen Folge auf die Immobilien übertragen werde.

Trotz diesen Voraussetzungen teilten viele Experten die Meinung, dass in gewisser Hinsicht auf die Trägheit reagiert werden könne, beispielsweise mit der Art, wie eine Wohnimmobilie gebaut und bewirtschaftet werde. Es könne viel aufgefangen werden, indem Wohnimmobilien flexibler gebaut werden. Hierbei wurde von einem Experten der

Holzmodulbau genannt, welcher erst langsam auf dem Vormarsch sei. Weiter wurde erwähnt, dass versucht werde, den Teil des Gebäudes, welcher reagieren müsse, vom Gebäude zu trennen. Es wird beispielsweise so weit wie möglich eine Systemtrennung von Hardware (Beton), Technik und Software angestrebt. Auch durch die Einbringung von Softwarelösungen ins Gebäude könne den gegebenen Eigenschaften des Gebäudes entgegengewirkt werden.

Unter dem Gesichtspunkt Flexibilität wurde ebenfalls oft die Anpassungsfähigkeit der Nutzung genannt. Wohnliegenschaften sollten demnach so konzipiert werden, dass auf die Nachfrageänderungen der Nutzer flexibel reagiert werden könne, beispielsweise durch die Zusammenlegung zwei kleinerer Wohnungen zu einer grossen oder durch die Trennung einer grossen Wohnung in zwei kleinere. Diese Vorstellung ist jedoch kritisch zu sehen, denn was in der Theorie einfach und nachvollziehbar klingt, gestaltet sich in der Praxis oft schwierig und ist überdies mit erheblichen Investitionskosten verbunden. Erfahrungsgemäss könne nicht davon ausgegangen werden, dass zwei nebeneinander liegende Wohnungen gleichzeitig frei werden, um diese zu verbinden. Auch die Kernstruktur, die Steigleitungen sowie Stromzuleitungen eines Gebäudes seien bis zu einem gewissen Mass vorgegeben und würden beliebige bauliche Anpassungen nicht zulassen.

Generell kann aber auch kritisch hinterfragt werden, ob Immobilien überhaupt im gleichen Mass auf Megatrends reagieren müssen wie Investitionsgüter anderer Assetklassen oder Branchen. Denn wie Immobilien haben auch Megatrends die Eigenschaft oder die Besonderheit der Langlebigkeit und Langfristigkeit. Megatrends sind langsame Veränderungsprozesse und ändern sich nicht jährlich. Auch auf dem Immobilienmarkt sind sie nur langsam wirkende Prozesse und eine Verschiebung stellt sich folglich über die Zeit hinweg langsam ein.

Schlussfolgerung

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Wohnimmobilien aufgrund ihres langen Lebenszyklus nicht im gleichen Mass respektive gleich schnell auf Megatrends reagieren können. Dem kann jedoch mit einer flexiblen, vorausschauenden Bauweise oder durch Einbringung von digitalen oder technischen Komponenten entgegengewirkt werden. Ebenfalls ist abschliessend festzuhalten, dass grundsätzlich auch bei Wohnimmobilien die Möglichkeit bestünde, vor Ablauf eines Lebenszyklus im grösseren Stil in ein Gebäude zu investieren, um auf Megatrends zu reagieren. Aus ökologischen und ökonomischen Aspekten wird dies jedoch in den meisten Fällen als nicht sinnvoll erachtet.

6. Schlussbetrachtung

In diesem Kapitel erfolgt die Schlussbetrachtung dieser Arbeit. Diese beinhaltet ein Fazit über die Ergebnisse sowie eine Diskussion und einen Ausblick über das Forschungsthema.

6.1 Fazit

Megatrends bewirken tiefgreifende und globale Veränderungsprozesse in der Gesellschaft, Politik und Wirtschaft, wenngleich mit unterschiedlichen Ausprägungen. Auch die Immobilienbranche ist von diesen Veränderungsprozessen betroffen. Aus diesem Grund stand im Zentrum dieser Arbeit die Fragestellung, welche Auswirkungen Megatrends auf die Immobilienbranche haben, insbesondere auf Wohnliegenschaften, und wie Schweizer institutionelle Investoren bezogen auf Letztere damit umgehen. Diese Forschungsfrage wurde anhand von vier Thesen auf Basis qualitativer Experteninterviews untersucht.

Die zwölf definierten Megatrends des Trend- und Forschungszentrums Zukunftsinstitut Deutschland dienten als Basis für diese Arbeit. Durch eine sorgfältige Analyse wurden vier konkrete Megatrends ausgewählt: Demografische Entwicklung, Wertewandel der Gesellschaft (Individualisierung), Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Die Auswertung der Interviews bestätigte, dass auch die befragten Experten diese als die für den Wohnungsmarkt einflussreichsten Megatrends betrachten.

Der Megatrend demografische Entwicklung ist geprägt von einer zunehmenden Überalterung der Bevölkerung. In der Schweiz repräsentiert die Altersgruppe der 40- bis 65-Jährigen mit rund 35 % den grössten Anteil der Bevölkerung, was zukünftig zu einem weiter steigenden Altersquotienten führen wird. Im Zusammenspiel mit dem Megatrend des Wertewandels der Gesellschaft führt dies zu einer Pluralisierung der Lebens- und Haushaltsformen. Auf dem Wohnungsmarkt steigt dadurch die Nachfrage nach Kleinwohnungen. Institutionelle Investoren haben auf diese Veränderung in der Vergangenheit mit einem angepassten Wohnungsmix bei Wohnliegenschaften reagiert. Um auch zukünftig die Vermietbarkeit der Wohnungen sicherzustellen, wird versucht, anhand eines möglichst flexiblen Flächenangebotes und neuer Wohnformen, oftmals in Form von Nischenangeboten, dieser Entwicklung gerecht zu werden. Die jüngste Entwicklung im Zusammenhang mit COVID-19 sowie der Trend, dass vermehrt von zu Hause gearbeitet wird, könnten allerdings zur Folge haben, dass zukünftig wieder vermehrt mittelgrosse Wohnungen gefragt sein werden.

Aus den Interviews ging hervor, dass der digitale Wandel in der Immobilienbranche erst langsam voranschreitet. Innerhalb der Wertschöpfungskette führt die Digitalisierung zu mehr Effizienz und Transparenz in Prozessabläufen. Das Potenzial wird aber noch längst nicht ausgeschöpft. Denn bereits vorhandene Systeme wie BIM (Building Information Modelling) werden für die Planung noch (zu) selten eingesetzt, obwohl nachweislich Kosteneinsparungen möglich sind. Die digitale Vernetzung zeigt sich bei Wohnliegenschaften ansatzweise in Form von Smart Home Systemen. Mieter- und Service-Apps sind dabei auf dem Vormarsch und finden immer öfter Anwendung. Trotzdem hat die Digitalisierung der Immobilienbranche im Vergleich zu anderen Branchen Aufholbedarf. Die Trägheit von Immobilien scheint sich auf die Implementierung der Digitalisierung zu übertragen. Es erstaunt daher nicht, dass sich die meisten interviewten Unternehmen in diesem Bereich nicht als ‹First Mover›, sondern als ‹Adopter› bezeichnen. Entsprechend sind beim Umgang mit diesem Megatrend eine gewisse Zurückhaltung und Verunsicherung spürbar, da oft nicht klar ist, was sich auf dem Markt durchsetzen wird. Die Schnelllebigkeit der digitalen Komponenten steht im Gegensatz zum langen Lebenszyklus der Immobilien. Diese Situation stellt für die Immobilienbranche sowie für die Immobilieneigentümer eine besondere Herausforderung dar. Fraglich ist, ob sich zukünftig die Tendenz zur De-Technologisierung von Gebäuden durchsetzen kann oder ob gar ein Gegen-trend entstehen könnte.

Der Megatrend Nachhaltigkeit scheint politisch gewollt. Obwohl davon ausgegangen wird, dass die Erwartungshaltung von Stakeholdern wie Mietern und Investoren im Bereich der Nachhaltigkeit weiter zunehmen wird, scheint der Gesetzgeber die treibende Kraft zu sein. Aus den Ergebnissen der Auswertung resultierte, dass zukünftig die regulatorischen Vorschriften, insbesondere aufgrund der Klimapolitik, verschärft werden. Dies veranschaulicht, dass dieser Megatrend einerseits erst am Anfang der Trendkurve zu sein scheint, andererseits aufgrund der gesetzlichen Verankerung schon sehr weit fortgeschritten ist. Für den Immobilienmarkt bedeutet dies, dass davon auszugehen ist, dass in Zukunft die Zertifizierung von Gebäuden in Bezug auf Nachhaltigkeit weiter an Bedeutung gewinnen wird.

Die Auswertung der geführten Interviews hat veranschaulicht, dass sich institutionelle Investoren auf strategischer und operativer Ebene mit Megatrends beschäftigen. Die Megatrends sind allerdings nicht immer integraler Bestandteil der übergeordneten Immobilienstrategie, sondern finden vorwiegend auf Stufe Objektstrategie Berücksichtigung. Die

Untersuchung hat weiter gezeigt, dass der Umgang mit Megatrends unterschiedlich gehandhabt wird. Dies einerseits bei der Gewichtung der einzelnen Megatrends und andererseits bei der Unterscheidung nach den Kriterien Standort und Zielgruppe. Ebenfalls war eine Differenzierung zwischen Bestandesliegenschaften und Neubauprojekten erkennbar.

Manchmal sind die Beweggründe für die Umsetzung der Megatrends in Wohnliegenschaften unklar, - sowohl das Bestreben, einem Megatrend folgen zu wollen, weil er als solcher klassifiziert wird, als auch eine bereits vorhandene Nachfrage seitens der Stakeholder können Immobilieneigentümer dazu bewegen, auf einen Megatrend zu reagieren. Es drängt sich hier die Auseinandersetzung mit der Henne-Ei Problematik auf. Insbesondere beim Megatrend Wertewandel der Gesellschaft wird diese Problematik ersichtlich. Im Verlauf der letzten zwei Jahrzehnte haben die Immobilieneigentümer versucht, das Wohnungsangebot ihrer Wohnliegenschaften von Grosswohnungen auf Kleinwohnungen anzupassen. Dies aufgrund der schlechteren Wiedervermietbarkeit bzw. Nachfrage nach Grosswohnungen. Es ist fraglich, ob dabei auf einen Megatrend reagiert wurde oder einfach auf die veränderte Nachfrage.

Weiter hat die Untersuchung gezeigt, dass institutionelle Investoren Megatrends vorwiegend als Chance sehen. Es bergen sich jedoch Risiken in einer zu faktenbasierten und isolierten Betrachtung eines einzelnen Megatrends. Diese kann zu falschen Rückschlüssen führen und riskante Investitionen nach sich ziehen. Wird ein Megatrend allerdings erfolgreich interpretiert und implementiert, kann dies nachhaltig zu einer höheren Wertschöpfung führen und daher als strategische Chance eingestuft werden.

Aufgrund der Investitionskosten kann eine Mehrrendite oftmals nur im langfristigen Investitionshorizont erreicht werden. Lediglich in Grossstädten, an zentralen Lagen mit einer hohen Zahlungsbereitschaft der Mieterschaft, könnte eine solche kurzfristig erreicht werden. Im Vordergrund steht die Marktfähigkeit der Liegenschaft mit dem Ziel einer stabilen Liegenschaftsperformance. Diese soll aufgrund des langen Lebenszyklus einer Immobilie auch nach mehreren Jahren noch gegeben sein. Aus diesem Grund finden Megatrends bei Wohnimmobilien Berücksichtigung und werden so gut wie möglich bei Wohnliegenschaften implementiert. Die Untersuchung hat bestätigt, dass Immobilien trotz ihrer Besonderheiten, der Immobilität und Langlebigkeit, Megatrends aufnehmen können. Dies geschieht nicht gleich schnell und im gleichen Mass wie bei anderen Inves-

tionsgütern. Da Immobilien jedoch schlussendlich dieselben Eigenschaften der Langfristigkeit aufweisen wie Megatrends, muss nicht auf kurzfristige Mikrotrends reagiert werden.

6.2 Diskussion und Ausblick

Die Arbeit zeigt auf, dass die befragten institutionellen Investoren verschiedene Herangehensweisen im Umgang mit Megatrends haben und diese unterschiedlich stark in ihren Portfolios berücksichtigen. Die Berücksichtigung scheint in den meisten Fällen keinem systematischen Prozess zu folgen, sondern situativ angepasst entweder über das ganze Liegenschaftsportfolio oder nur objektspezifisch stattzufinden. Es stellt sich die Frage, ob die Auswirkungen von Megatrends im Falle einer strukturierte(re)n Berücksichtigung und Implementierung besser quantifizierbar wären. Um eine Antwort auf diese Frage zu erhalten, wären in einem ersten Schritt zwei identische Bestandesportfolios mit einer ähnlichen Lagequalität auszuwählen. In einem zweiten Schritt müssten bei einem der beiden Portfolien Megatrends berücksichtigt werden. Dieses Portfolio müsste über einen ganzen Immobilienzyklus hinweg mit dem zweiten Portfolio, das keinerlei Anpassungen hinsichtlich vorherrschender Megatrends erlebte, verglichen werden.

Die vertiefte Auseinandersetzung mit Megatrends hat einerseits gezeigt, wie umfangreich dieses Thema ist und andererseits, wie vernetzt die Megatrends untereinander wirken. Eine Abgrenzung des Forschungsgebietes sowie die Vermeidung von Redundanzen erwiesen sich als herausfordernd. Bereits die isolierte Beleuchtung eines einzelnen Megatrends hätte als Untersuchungsgebiet für eine Masterarbeit dienen können. Das Potenzial für weitere Studien in Bezug auf Megatrends ist daher gross.

Ogleich die durch die Befragung gewonnen Erkenntnisse als sehr wertvoll und nachvollziehbar eingestuft werden können, sind sie nicht repräsentativ. Vielmehr stand im Zentrum dieser Arbeit die Gewinnung von Erfahrungen und Sichtweisen der Befragten durch die qualitative Forschung. Für die Gewinnung von umfassenderen, repräsentativen Ergebnissen hätte eine grössere Anzahl Experten befragt werden müssen, was den Umfang dieser Arbeit überschritten hätte. Weiter sind die Auswirkungen der Megatrends auf die gesamte Immobilienbranche nur begrenzt darstellbar, da lediglich der Wohnungsmarkt Teil der Untersuchung war. Zukünftig könnten Teilmärkte wie der Büro- oder Retailmarkt oder in der Arbeit nicht behandelte Megatrends (New Work, Gesundheit, Globalisierung, Sicherheit, Gender-Shift, Wissenskultur, Urbanisierung und Mobilität) Gegenstand einer weiterführenden Studie sein. Ergänzend zur qualitativen Forschung

könnte eine quantitative Untersuchung über den gesamten Immobilienmarkt durchgeführt werden.

Literaturverzeichnis

- Aargauer Zeitung (2009). *Bundesrat Leuenberger: «Nachhaltigste Autobahn aller Zeiten»*. Gefunden unter <https://www.aargauerzeitung.ch/schweiz/bundesrat-leuenberger-nachhaltigste-autobahn-aller-zeiten-4507543>
- Achermann, S. & Sigrist, S. (2017). *Wie wir Morgen leben. Denkanstösse für das Zeitalter der Langlebigkeit*. W.I.R.E in Kooperation mit Swiss Life. Zürich: NZZ Libro.
- Aeppli, J., Gasser, L., Gutzwiller, E. & Tettenborn, A. (2016). *Empirisches wissenschaftliches Arbeiten*. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt.
- Allthings (ohne Datum). *Allthings für die Wohnungswirtschaft / Betreiber*. Gefunden unter <https://www.allthings.me/de/wohnungswirtschaft>
- Bauer, M., Möhle, P. & Schwarz, M. (2013). *Green Building. Leitfaden für nachhaltiges Bauen*. 2. Auflage. Berlin-Heidelberg: Springer-Verlag.
- Bouwman, V. (2018, 30. Januar). *Digital in 2018: Die Anzahl der Internetnutzer weltweit knackt die 4 Milliarden Marke*. In Wearesocial Blog. Gefunden unter <https://wearesocial.com/de/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
- Bundesamt für Raumentwicklung ARE (ohne Datum). *1987: Brundtland-Bericht*. Gefunden unter https://www.are.admin.ch/are/de/home/nachhaltige-entwicklung/internationale-zusammenarbeit/agenda2030/uno-_-meilensteine-zur-nachhaltigen-entwicklung/1987--brundtland-bericht.html
- Bundesamt für Raumentwicklung ARE. (ohne Datum). *Drei-Dimensionen Konzept*. Gefunden unter <https://www.are.admin.ch/are/de/home/nachhaltige-entwicklung/politik-und-strategie/nachhaltigkeitsverstaendnis-in-der-schweiz/drei-dimensionen-konzept.html>
- Bundesamt für Statistik (2019a). *Zusammengefasste Geburtenziffer und Ersatz der Elterngeneration, 1876-2018*. Gefunden unter <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/geburten-todesfaelle/fruchtbarkeit.assetdetail.9466740.html>
- Bundesamt für Statistik (2019b). *Lebenserwartung, 1981-2018*. Gefunden unter <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/geburten-todesfaelle/lebenserwartung.assetdetail.9466756.html>

- Bundesamt für Statistik (2019c). *Endverbrauch erneuerbare Energien, nach Energieträgern und Technologien*. Gefunden unter <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/energie.assetdetail.10027961.html>
- Bundesamt für Statistik BFS (2019d). *Personen in Privathaushalten nach Grösse des Haushaltes*. Gefunden unter <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/stand-entwicklung/haushalte.assetdetail.9787141.html>
- Bundesamt für Statistik BFS (2019e). *Durchschnittliche Wohnfläche pro Bewohner nach Gebäudekategorie und Bauperiode*. Gefunden unter <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kataloge-datenbanken/tabellen.assetdetail.9767724.html>
- Bundesamt für Statistik (2020a). *Alterspyramide der Schweiz, 1860 – 2050*. Gefunden unter <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/zukuenftige-entwicklung/schweiz-szenarien.assetdetail.13087264.html>
- Bundesamt für Statistik BFS (2020b). *Bau und Wohnungswesen 2018*. Gefunden unter <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bau-wohnungswesen/wohnungen/groesse.assetdetail.12507412.html>
- Bundesamt für Statistik (ohne Datum). *Tertiärstufe – Hochschulen*. Gefunden unter <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bildung-wissenschaft/personen-ausbildung/tertiaerstufe-hochschulen.html>
- Bundesamt für Statistik (ohne Datum). *Schweiz Szenarien*. Gefunden unter <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/zukuenftige-entwicklung/schweiz-szenarien.html>
- Bundesamt für Statistik BFS (ohne Datum). *Haushalte*. Gefunden unter <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/stand-entwicklung/haushalte.html>
- Bundesamt für Umwelt BAFU (2020). *Treibhausgasinventar*. Gefunden unter <https://www.bafu.admin.ch/bafu/de/home/themen/klima/daten-indikatoren-karten/daten/treibhausgasinventar.html>

- Credit Suisse (2016). *Energiecontrolling und Betriebsoptimierung*. Gefunden unter <https://www.credit-suisse.com/media/assets/asset-management/docs/real-estate/factsheet-energy-monitoring-operational-optimization-de.pdf>
- Credit Suisse Asset Management Schweiz AG (2020a). *Produktpräsentation CS Real Estate Fund LivingPlus*. Präsentation anlässlich des Experteninterviews, Zürich.
- Credit Suisse Asset Management Schweiz AG (2020b). *Produktpräsentation CS Real Estate Fund Green Property*. Präsentation anlässlich des Experteninterviews, Zürich.
- Deschermeier, P., Henger, R. (2015). *Die Bedeutung des zukünftigen Kohorteneffekts auf den Wohnflächenkonsum*. IW-Trends - Vierteljahresschrift zur empirischen Wirtschaftsforschung, ISSN 1864-810X. Institut der deutschen Wirtschaft (IW), Köln. Vol. 42, Iss. 3, pp. 23-39. Gefunden unter <http://dx.doi.org/10.2373/1864-810X.15-03-02>
- Deutsche Hypothekbank (2014). *Global Markets Real Estate - Megatrends der Immobilienmärkte in Deutschland*. Gefunden unter https://www.deutsche-hypo.de/content/uploads/2014/10/Deutsche_Hypo_GM_Megatrends_02.pdf
- Deutsche Hypothekbank (2016). *Global Markets Real Estate - Megatrends und ihre Bedeutung für die Entwicklung von Immobilienmärkten*. Gefunden unter https://www.deutsche-hypo.de/content/uploads/2016/09/Deutsche-Hypo_Global-Markets_Megatrends.pdf
- Dewald, C. & Baumgartner, A. (2016). *Sonderausgabe Gebäudelabels in der Schweiz: eine Übersicht*. Gefunden unter https://www.amstein-walthert.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente/News/Labels_2_applica_Sonderausgabe_2016_definitiv.pdf
- Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK (ohne Datum). *Energiestrategie 2050*. Gefunden unter: <https://www.uvek.admin.ch/uvek/de/home/energie/energiestrategie-2050.html>

- ETH Zürich. (2016). *Genossenschaftliches Wohnen: Zahlbarer Wohnraum & hohe Wohn- und Lebensqualität*. Gefunden unter https://ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/arch/ncl/eth-case-dam/documents/netzwerke-wissensaustausch/eth-forum-wohnungsbau/2016/powerpoint-prasentation/elte_neu_website_2016.pdf
- EY Real Estate Schweiz (2020). *Trendbarometer Immobilien-Investmentmarkt*. Gefunden unter [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-trendbarometer-immobilien-investmentmarkt-januar-2020/\\$FILE/ey-trendbarometer-immobilien-investmentmarkt-januar-2020.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-trendbarometer-immobilien-investmentmarkt-januar-2020/$FILE/ey-trendbarometer-immobilien-investmentmarkt-januar-2020.pdf)
- Flick, U., von Kardorff, E. & Steinke, I. (Hrsg.). (2007). *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Frick, K., Hauser, M. & Gürtler, D. (2013). *Sharity – die Zukunft des Teilens*. GDI Gottlieb Duttweiler Institute. Gefunden unter <https://www.gdi.ch/system/files/3Z5WC4UUAB53M-f20dQxRed1q73Rsh5I982-GYH24Mc>
- Frick, K. & Tenger, D. (2015). *Smart Home 2030. Wie die Digitalisierung das Bauen und Wohnen verändert*. GDI Gottlieb Duttweiler Institute. Gefunden unter https://www.gdi.ch/sites/default/files/documents/2018-10/151103_smarthome_summary_d_web.pdf
- Gondring, H. (2012). *Zukunft der Immobilie - Megatrends des 21. Jahrhunderts – Auswirkungen auf die Immobilienwirtschaft*. Köln: Immobilien Manager Verlag.
- GRESB (ohne Datum). *Über GRESB*. Gefunden unter <https://gresb.com/about/>
- Herr, T. (2007). Nachhaltigkeit Immobilienwirtschaft. In N., Rottke & M., Thomas (Hrsg.). *Immobilienwirtschaftslehre - Management*. S 481-500. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Heye, C. (2019, 8. Mai). *Einführung in die Stadtsoziologie*. Präsentation anlässlich des CUREM Modul 2 Stadt Land und Mobilität. Zürich.
- Horx, T., Kirig, A., Kristandl, C., Muntschick, V., Papasabbas, L., Rauch, C., Schuldt, C., Seitz, J., Senft, J. (2018a). *Intro*. In Megatrenddossier des Zukunftsinstitutes (Hrsg.). Megatrenddokumentation. Frankfurt am Main: Heinrich Druck und Medien.

- Horx, T., Kirig, A., Kristandl, C., Muntschick, V., Papasabbas, L., Rauch, C., Schuldt, C., Seitz, J., Senft, J. (2018b). *Megatrend Silver Society*. In Megatrenddossier des Zukunftsinstitutes (Hrsg.). Megatrenddokumentation. Frankfurt am Main: Heinrich Druck und Medien.
- Horx, T., Kirig, A., Kristandl, C., Muntschick, V., Papasabbas, L., Rauch, C., Schuldt, C., Seitz, J., Senft, J. (2018c). *Megatrend Individualisierung*. In Megatrenddossier des Zukunftsinstitutes (Hrsg.). Megatrenddokumentation. Frankfurt am Main: Heinrich Druck und Medien.
- Horx, T., Kirig, A., Kristandl, C., Muntschick, V., Papasabbas, L., Rauch, C., Schuldt, C., Seitz, J., Senft, J. (2018d). *Megatrend Konnektivität*. In Megatrenddossier des Zukunftsinstitutes (Hrsg.). Megatrenddokumentation. Frankfurt am Main: Heinrich Druck und Medien.
- Horx, T., Kirig, A., Kristandl, C., Muntschick, V., Papasabbas, L., Rauch, C., Schuldt, C., Seitz, J., Senft, J. (2018e). *Megatrend Mobilität*. In Megatrenddossier des Zukunftsinstitutes (Hrsg.). Megatrenddokumentation. Frankfurt am Main: Heinrich Druck und Medien.
- Horx, T., Kirig, A., Kristandl, C., Muntschick, V., Papasabbas, L., Rauch, C., Schuldt, C., Seitz, J., Senft, J. (2018f). *Megatrend Neo-Ökologie*. In Megatrenddossier des Zukunftsinstitutes (Hrsg.). Megatrenddokumentation. Frankfurt am Main: Heinrich Druck und Medien.
- Horx, T., Kirig, A., Kristandl, C., Muntschick, V., Papasabbas, L., Rauch, C., Schuldt, C., Seitz, J., Senft, J. (2018g). *Megatrend Globalisierung*. In Megatrenddossier des Zukunftsinstitutes (Hrsg.). Megatrenddokumentation. Frankfurt am Main: Heinrich Druck und Medien.
- Horx-Strathern, O. (2016, 9. November). *Mobile Biografien*. NZZ-Verlagsbeilage NZZ Konferenz Real Estate Days. S. 5
- Jones Lang LaSalle (2020). *Veränderte Arbeitswelten - Zunahme von Home-Office verändert Nachfrage nach Büro und Wohnen*. Gefunden unter <https://www.jll.de/de/presse/veraenderte-arbeitswelten-zunahme-von-home-office-veraendert-nachfrage-nach-buero-und-wohnen>

- Kropp, A. (2019). *Grundlagen der Nachhaltigen Entwicklung. Handlungsmöglichkeiten und Strategien zur Umsetzung*. Wiesbaden: Springer Gabler. DOI 10.1007/978-3-658-23072-2
- Minergie Schweiz (2019). *Geschäftsbericht 2019*. Gefunden unter https://www.minergie.ch/media/minergie_geschaeftsbericht_2019_deu.pdf
- Naisbitt, J. (1982). *Megatrends - Ten New Directions Transforming Our Lives*. New York: Warner Books.
- Nefiodow, L. & Nefiodow, S. (2014). *Über die Kondratieffzyklen*. Gefunden unter <https://www.kondratieff.net/kondratieffzyklen>
- Nefiodow, L. (2017). *Die Digitalisierung ist kein Träger des sechsten Kondratieffs*. Gefunden unter <https://www.kondratieff.net/digitalisierung>
- Schweizerische Eidgenossenschaft (2018). *Aktionsplan Digitale Schweiz*. Gefunden unter https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/informationsgesellschaft/strategie2018/Aktionsplan%20Digitale%20Schweiz.pdf.download.pdf/Aktionsplan%20Digitale%20Schweiz_DE.pdf
- Statista Research Department (2020). *Prognose zur Anzahl der Smart Home Haushalte weltweit für die Jahre 2017 bis 2024*. Gefunden unter <https://de.statista.com/prognosen/885613/anzahl-der-smart-home-haushalte-weltweit>
- Swiss Prime Site (ohne Datum). Ein Leuchtturmprojekt in Sachen Nachhaltigkeit. Gefunden unter: <https://www.jed.swiss/de-ch/areal.html#nachhaltigkeit>
- Von Stokar, T., Peter, M., Zandonella R. Angst, V., Pärli K., Hildesheimer, G., Scherrer, J., Schmid, W. (2018). *Sharing Economy - teilen statt besitzen*. Zürich: vdf Hochschulverlag AG.
- Vornholz, G. (2017). *Entwicklungen und Megatrends der Immobilienwirtschaft*. 3. Auflage. Berlin / Bosten: Walter de Gruyter.
- Weischer, C. (2007). *Wie betreibt man empirische Sozialforschung*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Wildenauer, A. (2019, 18. Oktober). *Building Information Modeling BIM*. Präsentation anlässlich des CUREM Modul 5 Development Management. Zürich.

- Wittpahl, V. (Hrsg.). (2016). *Digitalisierung. Bildung. Technik. Innovation*. Berlin: Springer. DOI 10.1007/978-3-662-52854-9
- Wittwer, A. & Linden, E. (2018). *Zukunft Mobilität: Gigatrend Digitalisierung*. Gefunden unter https://www.alexandria.unisg.ch/253291/2/Zukunft%20Mobilit%C3%A4t%20-%20Gigatrend%20Digitalisierung_A5_final.pdf
- Zumdick, S. (2013). *Prognosen und zukünftige Trends im Markt für Wohnimmobilien: Eine Literaturstudie*. Arbeitspapiere des Instituts für Genossenschaftswesen der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, No. 135. Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Institut für Genossenschaftswesen (IfG), Münster. Gefunden unter <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/74476/1/747087946.pdf>
- Zukunftsinstitut Deutschland (ohne Datum). *Megatrends*. Gefunden unter <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>
- Zukunftsinstitut Deutschland (ohne Datum). *Die Megatrend-Map*. Gefunden unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/index.php?id=1532>
- Zukunftsinstitut Deutschland (ohne Datum). *Megatrends und ihre Wirkung*. Gefunden unter <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/megatrends-und-ihre-wirkung/>
- Zukunftsinstitut Deutschland (ohne Datum). *Die Individualisierung der Welt*. Gefunden unter <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/die-individualisierung-der-welt/>
- Zukunftsinstitut Deutschland (ohne Datum). *Immobilien 2040: Wohnen in der Welt von morgen*. Gefunden unter <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/immobilien-2040-studie-die-stadtwirtschaft-von-morgen/>

Anhang

Anhang A - Interviewleitfaden

1. Inwiefern beschäftigen Sie sich in Ihrer täglichen Arbeit mit Megatrends?
2. Wie schätzen Sie den Einfluss von Megatrends auf den Wohnimmobilienmarkt Schweiz ein?
3. Wie sehen Sie die Entwicklung der einzelnen Megatrends bisher?
4. Beeinflussen Megatrends Ihre Immobilienstrategie?
5. Wie erfolgt die Analyse von Megatrends?
6. Wie erfolgt die Umsetzung resp. die Implementierung von Megatrends auf Ihre Wohnbestandesimmobilien?
7. Hat sich die Berücksichtigung von Megatrends bis jetzt bei Ihnen positiv oder negativ ausgewirkt?
8. Inwiefern spielen Stakeholder eine Rolle bei der Berücksichtigung resp. Umsetzung von Megatrends?
9. Welchen Einfluss haben Megatrends auf die Wertschöpfungskette Ihrer Wohnimmobilien?
10. Falls eine Liegenschaft nicht die gewünschte Qualität aufweist, wird bereits beim Kauf ein Massnahmenplan / Businessplan für die Liegenschaft erstellt?
11. Inwiefern nutzen Sie den Umgang mit Megatrends als Marketing Instrumente? A) für die Vermarktung von Objekten B) Marketing und Positionierung für Ihr Unternehmen ggü. Ihren Anlegern?
12. Wird die Umsetzung von Megatrends bei Renovationen/Umnutzungen bei Bestandesliegenschaften A) in Zentrumslagen gleichbehandelt wie in ländlichen Regionen? (A, B und C Lagen) und/ oder B) nach Preissegmenten unterschieden? Warum?
13. Gibt es in Ihrem Wohnportfolio Best-Practice Beispiele oder laufende Pilotprojekte bei denen Megatrends eine einflussnehmende Rolle spielen oder gespielt haben? Erläuterung von ein paar Beispielen.

Anhang B – Interviewverzeichnis

Swiss Life – Interview vom 4. Juni 2020

Die Swiss Life ist einer der grössten Immobilien-Asset Manager in der Schweiz. Der Bereich Real Estate Schweiz ist für das Immobilienportfolio der Swiss Life AG sowie für Anlagen in Immobilien für Drittkunden zuständig (Anlagestiftungen und Immobilienfonds). Dies umfasst über CHF 35.6 Milliarden, Stand Juni 2020. Das Interview wurde telefonisch mit Herrn Renato Piffaretti (Head Real Estate Schweiz von Swiss Life Asset Managers) durchgeführt (Dauer 40 Min.)

Allgemeine Baugenossenschaft Zürich (ABZ) – Interview vom 10. Juni 2020

Die Allgemeine Baugenossenschaft ist eine gemeinnützige Wohnbaugenossenschaft in Zürich. Das Portfolio besteht aus über 5000 Wohnungen und 58 Siedlungen in der Stadt und Umgebung Zürich. Das Interview wurde in den Büroräumlichkeiten der ABZ mit dem Geschäftsführer Herrn Hans Rupp durchgeführt (Dauer 68 Min.)

Baugenossenschaft Mehr als Wohnen – Interview vom 12. Juni 2020

Die Baugenossenschaft Mehr als Wohnen ist eine relativ junge, innovative und nachhaltige Genossenschaft. Ihr zur Zeit bekanntestes Leuchtturmprojekt ist das Hunziker Areal, welches sich in Zürich Nord befindet und schon viele Awards gewonnen hat. Das Interview wurde telefonisch mit Herrn Beni Rohrbach (Leiter Forschung & Innovation) durchgeführt (Dauer 48 Min.)

Pensimo Management AG – Interview vom 15. Juni 2020

Die Pensimo Gruppe führt vier Anlagestiftungen mit einem Gesamtvermögen von über CHF 7 Mia. sowie einen Immobilienfund über CHF 900 Mio.. Das Interview wurde persönlich bei der Pensimo mit Herrn Michel Schneider (Stellvertreter CEO) und Bruno Fritschi (Portfoliomanager) durchgeführt. (Dauer 68 Min.)

Credit Suisse Asset Management (Schweiz) AG – Interview vom 6. Juli 2020

Credit Suisse Asset Management ist ein führender Anbieter von Anlageprodukten im Immobilienbereich mit einer Produktpalette von 14 Immobilienfonds über mehrere Milliarden. Das Interview wurde telefonisch mit Herrn Ulrich Braun (Head Product & Business Development) durchgeführt. (Dauer 66 Min.)

Swiss Prime Anlagestiftung – Interview vom 22. Juli 2020

Die SPA ist eine im Jahr 2015 von der Swiss Prime Site gegründete Anlagestiftung und investiert vorwiegend in Wohnimmobilien. Die SPA verfügt über einen Immobilienbestand (Verkehrswerte Q2, 2020) von über CHF 2 Mrd. Das Interview wurde persönlich bei der Swiss Prime Anlagestiftung mit Herrn Reto Felder (Chief Investment Officer) und Tobias Hossfeld (Head Construction) durchgeführt. (Dauer 75 Min.)

UBS Fund Management (Switzerland) AG – Interview vom 27. Juli 2020

UBS Fund Management (Switzerland AG) ist eine Konzerngesellschaft der UBS AG und verfügt über ein Anlagevermögen von rund CHF 23 Mrd. Das Interview wurde telefonisch mit Herrn Patric Caillat (Fund Manager) durchgeführt. (Dauer 41 Min.)

Bonainvest AG – Interview vom 18. August 2020

Die Bonainvest AG ist eine Immobiliengesellschaft mit Fokus auf Wohnimmobilien in der Schweiz. Seit der Gründung im Jahr 2009 richtet die Bonainvest ihre Strategie an Megatrends. Die Bilanzsumme betrug im Jahr über CHF 400 Mio. Das Interview wurde telefonisch mit Herrn Ivo Bracher (Präsident des Verwaltungsrats) durchgeführt. (Dauer 38 Min.)

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich versichere hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit mit dem Thema «Megatrends mit Auswirkungen auf die Immobilienbranche. Eine Untersuchung des Umgangs von Schweizer institutionellen Investoren bezogen auf deren Wohnliegenschaften» selbstständig verfasst und keine anderen Hilfsmittel als die angegebenen benutzt habe.

Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäss aus veröffentlichten oder nicht veröffentlichten Schriften entnommen sind, habe ich in jedem einzelnen Falle durch Angabe der Quelle (auch der verwendeten Sekundärliteratur) als Entlehnung kenntlich gemacht.

Die Arbeit hat in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegen und wurde auch noch nicht veröffentlicht.

Luzern, den 21.09.2020

Alexandra Steger