

BERATUNG FÜR DIE WOHNUNGS- UND IMMOBILIENWIRTSCHAFT

Sprechen Sie uns bei folgenden Themen an:

- » Steuerung von Verkaufsprozessen / Strukturierten Verkaufsverfahren
 - » Portfoliomanagement
- » Due Diligence für Erwerber / Verkäufer von Immobilienportfolios und Wohnungsgesellschaften
 - » Beratung / Begleitung bei der Optimierung Ihres Wohnungsportfolios
 - » Wohnungswirtschaftliche Unternehmens- und Strategieberatung

und lassen Sie sich ausführlich beraten.

Unsere Kompetenz basiert auf

- » langjährigen Branchenerfahrungen in der Immobilien- und speziell in der Wohnungswirtschaft
 - » der Kenntnis über die Entscheidungskriterien der Marktteilnehmer
 - » dem Know-how von Investmentbankern
 - » exzellenter Kenntnis des Immobilienmarktes.

Nutzen Sie unsere Expertise.

Gerne stehen wir Ihnen für ein Gespräch zur Verfügung.



Aareal Bank

Aareal Bank AG · Paulinenstraße 15 · 65189 Wiesbaden

Telefon: +49 611 348 2984 · Fax: +49 611 348 2499 · E-Mail: invest@aareal-bank.com

www.aareal-bank.com

Auszug aus „Die Wohnungswirtschaft“, März 2005

sowie aus dem Kundenmagazin der Aareon AG, „indicator“, 4/2004

MAKROÖKONOMISCHE FAKTOREN GEHÖREN IN DAS WOHNUNGSWIRTSCHAFTLICHE ENTSCHEIDUNGSKALKÜL

Die konjunkturelle Erholung lässt auf sich warten, der Arbeitsmarkt ist weiterhin angespannt, die Vorgaben des Stabilitäts- und Wachstumspaktes können wiederholt nicht eingehalten werden und der politische Reformprozess scheint ins Stocken geraten zu sein – so lässt sich derzeit die wirtschaftliche Situation in Deutschland beschreiben.

Die Erkenntnis, dass die gesamtwirtschaftlichen makroökonomischen Parameter einer Volkswirtschaft erheblichen Einfluss auf die Entwicklung der einzelnen Wirtschaftssubjekte haben, ist sicher nicht neu; die Erkenntnis, dass es trotzdem vielfach versäumt wird diese Faktoren im unternehmerischen Entscheidungsprozess zu berücksichtigen aber leider auch nicht.

Dieses Phänomen ist auch in der Wohnungswirtschaft zu beobachten. Unter ökonomischen Gesichtspunkten wähen sich noch viele Wohnungsunternehmen in den prosperierenden Ballungsräumen auf der „Insel der Glückseligen“, während das „Schicksal“ Ostdeutschland und die struktur-schwachen Regionen Westdeutschlands längst erreicht hat.

Doch welchen Einfluss haben makroökonomische Faktoren auf die Unternehmensentwicklung?

Die Zukunftssicherheit eines Wohnungsunternehmens beginnt mit der rechtzeitigen Analyse des Marktes, in dem es sich bewegt. Genaue Kenntnisse über den Wohnungsmarkt gehören hier zu den Mindestanforderungen. Dazu zählen auch Informationen über Wettbewerber, das Maß der benötigten Wohnungsfürsorge oder der Imagewandel bestimmter Stadtteile. Gesamtwirtschaftliche Daten über die Zahl der Arbeitslosen, der Diversifikationsgrad der Wirtschaft, die Bevölkerungsentwicklung, die Kaufkraft, das Steueraufkommen, die Migrationsbewegungen,

die politische Meinungsbildung, um nur einige Parameter zu nennen, sind von wesentlicher Bedeutung, damit eine aussagefähige Prognose über die zukünftige Entwicklung des Standortes abgegeben werden kann. Eine vollständige Marktanalyse unter Einbeziehung makroökonomischer Größen ist daher heute nahezu unverzichtbar für eine erfolgreiche strategische Ausrichtung des eigenen Unternehmens.



Hat sich die Unternehmensführung ein Bild über den möglichen Weg der „Stadtentwicklung“ verschafft, ist dies in Einklang mit dem unternehmerischen Zielsystem zu bringen. Eine der folgenden Kardinalfragen lautet: Ist das bestehende Portfolio zukunftsfähig, beziehungsweise, welche Entscheidungen müssen getroffen werden, um ein marktfähiges Portfolio zu erhalten? Bei der Klärung dieser Frage können Portfolio-Management-Tools mit ihren Szenariomanagern helfen unterschiedliche Entwicklungen abzubilden. Den Managern eines Wohnungsunternehmens muss es gelingen, die vermeintlich exogene gesamtwirtschaftliche Entwicklung des Standortes mit all seinen Facetten zu prognostizieren und mit der Unternehmensausrichtung sowie dem Wohnungsportfolio in Übereinstimmung zu bringen.

Auszug aus „Die Wohnungswirtschaft“, März 2005

sowie aus dem Kundenmagazin der Aareon AG, „indicator“, 4/2004

Von essenzieller Bedeutung ist dabei die Filterung der für den unternehmerischen Entscheidungsprozess relevanten Parameter sowie das Wissen um mögliche Interdependenzen zwischen der Marktentwicklung mit seinen makroökonomischen Faktoren, der Unternehmensausrichtung und dem vorhandenen Portfolio.

Ein einfaches Beispiel:

Markt

Das vorgestellte Szenario zeigt eine Kommune mit Mittelzentrumsfunktion und einer kaum diversifizierten Wirtschaftsstruktur im Investitionsgüterbereich, deren Hauptarbeitgeber bereits 40 % der Arbeitsplätze in das benachbarte Ausland verlagert hat. Ein negativer natürlicher Bevölkerungssaldo sowie starke Abwanderungstendenzen innerhalb der Bevölkerungsgruppe der 20- bis 30-Jährigen haben die Bevölkerung in den letzten zehn Jahren bereits um 15 % sinken lassen. Die Arbeitslosenzahlen bewegen sich um das bundesdeutsche Mittel, jedoch mit steigender Tendenz. Die kommunale Verschuldung lässt bis auf Weiteres keine weiteren Investitionen in die Erhaltung des infrastrukturellen Netzes zu.

Wohnungsunternehmen

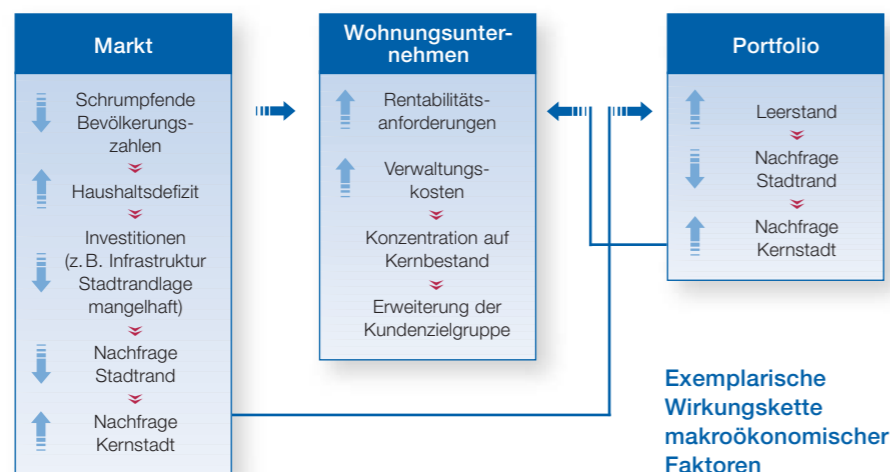
Ein Oberziel der kommunalen Wohnungsgesellschaft lautet „Bereitstellung von preiswertem Wohnraum für

Transfereinkommensbezieher“. Der Wohnungsbestand verteilt sich über das gesamte Stadtgebiet, vereinzelt gibt es kleinere Liegenschaften in benachbarten Gemeinden. Aufgrund des immer größer werdenden Haushaltsloches steigen die Ertragsanforderungen, die die kommunalen Anteilseigner an die Wirtschaftlichkeit ihres Wohnungsunternehmens stellen.

Portfolio

Das Portfolio der Wohnungsgesellschaft ist natürlich gewachsen. Ca. 10 % des Bestandes befindet sich in Stadtrandlagen. Rund 65 % der Wohnungen haben weniger als 58 m² Wohnfläche.

Die Analyse des Makromarktszenarios weist eindeutig auf eine schrumpfende Bevölkerung hin. Mit einem Abbau des Haushaltsdefizits ist mittelfristig, unter Berücksichtigung eines weiteren Stellenabbaus oder sogar Schließung des Standortes durch den Hauptarbeitgeber, nicht zu rechnen. In der Folge müssen die kommunalen Investitionen weiter reduziert werden. Dies wird vor allem die Infrastruktur der Stadtrandlagen treffen: Kindertagesstätten müssen geschlossen werden, der öffentliche Personennahverkehr wird deutlich reduziert. Für die Nachfrage nach Wohnraum bedeutet dies eine sinkende Attraktivität der städtischen Randlagen, da sich hier die Versorgungslage deutlich verschlechtern wird. Auf der anderen Seite hat die seit Jahren schrumpfende Bevölkerung Wohnraum im Kernbereich



Auszug aus „Die Wohnungswirtschaft“, März 2005

sowie aus dem Kundenmagazin der Aareon AG, „indicator“, 4/2004

der Stadt wieder erschwinglich werden lassen, was sich bereits an einer anziehenden Nachfrage ablesen lässt.

Diese Erkenntnisse sind auf Konformität mit der aktuellen strategischen Ausrichtung des Wohnungsunternehmens, respektive des Zielsystems, zu prüfen. Ein Rückgang der Bevölkerung und eine damit in der Regel auch verbundene sinkende Zahl der nachfrage-relevanten Haushalte kann es für das Wohnungsunternehmen beispielsweise erforderlich werden lassen, gleichfalls den Wohnungsbestand über Verkauf oder Abriss zu reduzieren. Denkbar wäre auch, dass man sich aufgrund der gestiegenen Rentabilitätsanforderungen auf einen regional zusammenliegenden Kernbestand konzentriert, um so die Verwaltungskosten zu reduzieren. Die Ergebnisse einer Portfolioanalyse, mit steigenden

Leerstandskosten in den Randgebieten und anziehender Wohnungsnachfrage innerhalb der Kernstadt, unterstützen die Anpassung der Unternehmensstrategie.

Fazit

Die Einbeziehung makroökonomischer Faktoren in das Entscheidungskalkül eines Wohnungsunternehmens gibt dem Wohnungsunternehmen die Möglichkeit sich anbahnende Entwicklungen frühzeitig zu antizipieren und eröffnet sogar die Chance eigentlich exogene Faktoren durch konzentriertes Handeln der betroffenen Wirtschaftssubjekte zu beeinflussen. Eine umfassende Makromarktanalyse unter Berücksichtigung möglicher Interdependenzen kann somit einen wichtigen Beitrag zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit eines Wohnungsunternehmens leisten.

Die Autoren:

Manfred Over
Dipl.-Kaufmann
Dipl.-Immobilienwirt (DIA)



Katja Hennig
Dipl.-Betriebswirt (BA)
Immobilienökonom (ebs)

Aareal Bank AG · Paulinenstraße 15 · 65189 Wiesbaden
Telefon: +49 611 348 2984 · Fax: +49 611 348 2499
E-Mail: manfred.over@aareal-bank.com

Aareal Bank AG · Paulinenstraße 15 · 65189 Wiesbaden
Telefon: +49 611 348 2983 · Fax: +49 611 348 2499
E-Mail: katja.hennig@aareal-bank.com

