

## Senioren als besonderes Marktsegment auf dem Mietwohnungsmarkt

Von Joëlle Zimmerli

**Wohnen im Alter bedeutet für viele Senioren wohnen als Mieter. Wer Senioren als Marktsegment besser einordnen kann, kann Liegenschaften auch für diese Altersgruppe positionieren, sich bei Erstvermietungen und Leerstand neue Zielgruppen erschliessen oder gelassener Erneuerungen planen, von denen auch Senioren betroffen sind.**

Babyboomer sind die erste – und vielleicht letzte – Generation, die das Einfamilienhaus zur gleichwertigen Wohnform neben der Mietwohnung gemacht hat: Etwa jede zweite über 65-jährige Person wohnt im Einfamilienhaus (Quellen: BFS Strukturhebung, Gebäude- und Wohnungsstatistik). In urbanen Räumen überwiegt allerdings nach wie vor der Anteil an Senioren, der zur Miete wohnt (Quellen: ebd.). Weil die grosse Mehrheit der Senioren plant, möglichst lange in ihrer Wohnung zu bleiben, oder allenfalls in eine altersgerechtere Mietwohnung umzuziehen (Höpflinger, Hugentobler und Spini 2019, 96), kommen Vermieter nicht darum herum, sich mit dem Wohnen im Alter auseinanderzusetzen. Denn was die wenigsten Senioren suchen, sind alterssegregierte Wohnsiedlungen oder Residenzen, auch wenn solche «Seniorenprodukte» bei Investoren beliebt sind (Zimmerli und Schmidiger 2016).

Dieser Artikel zeigt, was es braucht, Senioren als Mietersegment zu erschliessen oder bei der Wohnungssuche zu unterstützen. Er basiert auf der Studie «Seniorenfreundliche Zugänge zum Mietwohnungsmarkt» (Zimmerli 2019). Für die Studie wurden über 200 institutionelle und gemeinnützige Eigentümer und Liegenschaftsverwaltungen mit einem standardisierten Fragebogen befragt. Weitere Erkenntnisse lieferten Datenauswertungen sowie vier Fallbeispiele, die sich mit dem Zugang von Senioren zum Mietwohnungsmarkt auseinandersetzen.

### SENIOREN TICKEN ALS POTENZIELLE MIETER NORMAL, ABER ANDERS

Senioren machen sich bei der Wohnungssuche andere Gedanken als jüngere Personen. Die folgenden Abschnitte fassen zusammen, weshalb sie ein normales, aber dennoch anderes Marktsegment sind. Wer die Unterschiede versteht, kann Vermarktungsbotschaften und Vermietungsprozesse stärker auf die Bedürfnisse von Senioren ausrichten und erkennt besser, welche Wohnsiedlungen sich besonders gut für sie eignen.

**Die Pensionierung bringt eine neue Freiheit:** Wohnen im Alter fängt eigentlich schon in der Erwerbszeit an, lange vor der Pensionierung. Ein wichtiger Auslöser für eine Neubeurteilung der Wohnsituation ist oft der Auszug der Kinder, mit dem die Phase des sogenannten Empty-Nests beginnt (Perrig-Chiello und Höpflinger 2009). Paare und Alleinerziehende stellen sich die Frage, in welchem Wohnumfeld sie alt werden möchten. Ab diesem Moment der Neubeurteilung fangen (angehende) Senioren an, auf Wohnungsangebote anzusprechen.

**Mit der Pensionierung kommt die neue Freiheit:** Pensionierte haben mehr Zeit für sich selbst und für andere. Neue Tagesabläufe schaffen Gelegenheiten, Gewohntes zu verändern und Neues auszuprobieren. Die Fallstudie «Pensionierte als Zielgruppe von Erstvermietungen» zeigt: Mit einem gut getimten «Downsizing» oder dem Verkauf eines Einfamilienhauses werfen sie Ballast ab und schaffen mehr Spielraum (Zimmerli, Ciritoglu et al. 2019). Weil Pensionierte nicht mehr an Arbeitswege gebunden sind, sind sie freier bei der Wahl des Wohnstandorts. Sie haben mehr Zeit für die Wohnungssuche und können als Erstmieter zur Belegung neuer Siedlungen beitragen: Sie sind da, wenn andere bei der Arbeit sind.

**Pensionierte entscheiden bewusster:** Vor der Pensionierung gibt es viele Gründe zum Umziehen: Man wechselt den Job, zieht mit dem Partner zusammen oder braucht mehr Wohnraum für Kinder. Oft muss es schnell gehen. Im Pensionsalter werden solche Gründe seltener. Die Veränderung der Wohnsituation setzt in der Regel eine bewusste Entscheidung voraus, die gut begründet sein will. Senioren haben oft auch deshalb ein grösseres Informationsbedürfnis als Jüngere. Sie suchen den Kontakt zu Vertrauenspersonen und brauchen Zeit, um Einschätzungen zur Wohnung in Gesprächen mit Verwandten und Bekannten zu validieren und Entscheidungen abzusichern (Rischanek und Amann 2004, 46).



**Mit dem Alter haben Veränderungen eine höhere Tragweite:** Häufig schaffen ältere Menschen bei der Wohnungssuche einen anderen Bezugsrahmen für die Zukunft als Jüngere. Viele stellen sich vor, ihre möglicherweise letzte längere Lebensphase in der neuen Wohnung zu verbringen. Die Entscheidung für eine Wohnung erhält deshalb eine hohe Tragweite. Wenn alles stimmt, führt ein Umzug zu einer hohen Sesshaftigkeit. Vermieter merken dies durch eine geringere Fluktuation. Die Fallstudie «Vermittlung finanzieller Härtefälle für günstige Wohnungen» zeigt aber auch, dass Senioren sich bei Zweifeln selbst dann gegen eine angebotene Wohnung entscheiden, wenn sie keine wirkliche Alternative haben (Zimmerli, Stutz und Thomi 2019).

**Die Pensionierung verändert die Einkommenssituation:** Nach der Pensionierung entfallen Einkommen und Erwerbsmöglichkeiten. Ein nicht unwesentlicher Anteil der (alleinstehenden) Senioren ist früher oder später auf Ergänzungsleistungen angewiesen (BSV 2018). Höhere Mieten müssen in der Regel durch Verzicht kompensiert werden. Senioren mit tiefen Renten und bescheidenen Vermögen sind deshalb auf tiefe Bestandsmieten angewiesen und können ihre Wohnsituation auch dann nicht optimieren, wenn sie eigentlich wollen. Obwohl vereinzelt Angehörige einspringen, ist es alles andere als selbstverständlich, dass Kinder die Wohnkosten ihrer Eltern mitfinanzieren. Diese Erfahrung haben pensionierte Berufsleute aus der Bewirtschaftungsbranche gemacht, die Senioren mit wenig Mitteln bei der Wohnungssuche begleiteten (Zimmerli, Stutz und Thomi 2019).

**Pensionierte machen sich andere Gedanken zur Tragbarkeit:** Auch Senioren, für die Marktmieten tragbar wären, sind oft nicht bereit, Marktmieten zu bezahlen: Wer zu zweit eine Wohnung sucht, macht sich häufig auch Gedanken, ob die Miete nach dem Verlust des Partners noch tragbar wäre. Andere befürchten, dass Ersparnisse nicht reichen, um ihren Lebensstil lange genug angemessen zu finanzieren, oder dass sie ihren Nachkommen nichts mehr vererben können.

## SENIOREN AUF WOHNUNGSSUCHE SIND ABER AUCH NICHT GLEICH SENIOREN

Wenn sich Senioren – freiwillig oder nicht – auf Wohnungssuche begeben, kommt es nicht selten vor, dass sie dies das erste Mal nach Jahrzehnten tun. Die Suche beginnt damit, sich erst einmal zurechtzufinden und sich an die Marktrealitäten zu gewöhnen. Dieser Anpassungsprozess gelingt den einen besser als den an-

deren. Manche sind aufgrund des Berufs- oder Privatlebens mehrmals umgezogen und kennen sich bestens mit dem Wohnungsmarkt aus. Senioren auf Wohnungssuche sind deshalb nicht gleich Senioren.

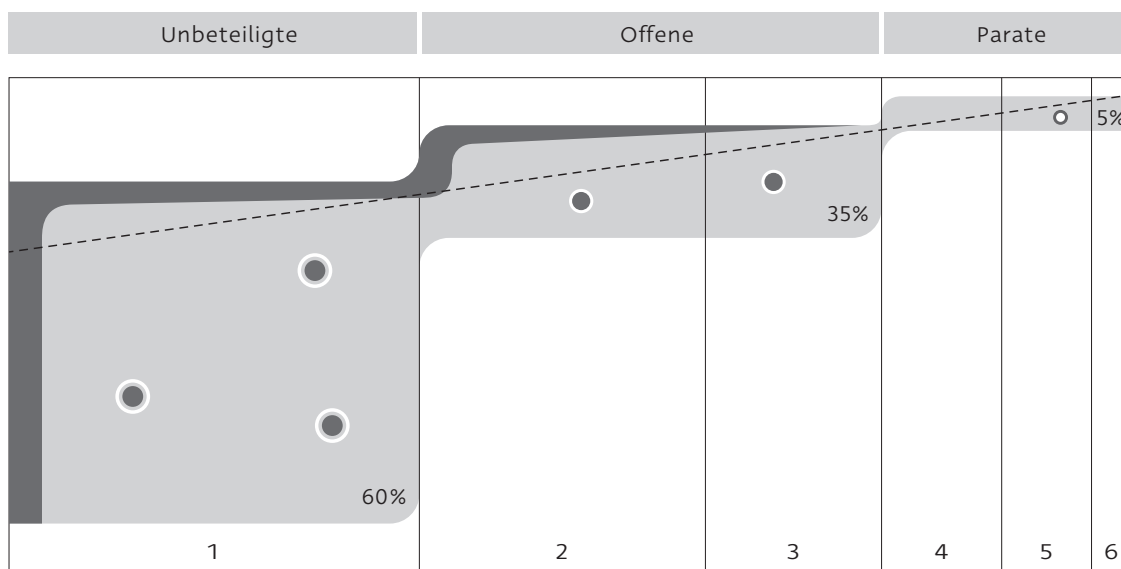
Die Studie «Seniorenfreundliche Zugänge zum Mietwohnungsmarkt» macht eine Modellierung von vier Zielgruppensegmenten von Wohnungssuchenden: Die kleinste Gruppe sind die Paraten, die proaktiv auf Wohnungssuche sind und ohne Weiteres auf Wohnungsangebote ansprechen (Abbildung 1, Seite 6). Der Indikator für diese Gruppe ist die Umzugsquote von Senioren, die bei gut fünf Prozent liegt (Höpflinger, Hugentobler und Spini 2019, 96). Die zweite Zielgruppe sind die Offenen. Diese setzen sich gedanklich mit einem Wohnungswechsel auseinander, sind aber noch nicht genügend informiert oder bereit, auf ein konkretes Angebot anzusprechen. Der Indikator zur Quantifizierung dieser Gruppe ist die Umzugsbereitschaft, die bei Senioren bei rund 35 Prozent liegt (Zimmerli 2014). Übrig bleibt die Gruppe der Unbeteiligten, die sich nicht mit einem Wohnungsumzug auseinandersetzt. Sie machen rund 60 Prozent aus.

Die Darstellung der Zielgruppen auf Abbildung 1 zeigt auch, dass Ereignisse, die ungeplant zur Wohnungssuche führen, etwa eine Veränderung des Gesundheitszustands oder eine Kündigung, alle Zielgruppen treffen können. Je nachdem, welcher Zielgruppe Senioren angehören, werden sie auf «unterschiedlichem Fuss» erwischt. An dieser Stelle erscheint auch die vierte Zielgruppe der Überforderten: Diese reagieren nicht oder nur schlecht auf Ereignisse. Gemäss der Fallstudie «Pensionierte als Betroffene von Leerkündigungen» machen sie allerdings nur wenige Prozente aus (Zimmerli, Rohrer et al. 2019). Überforderte sind eine Querschnittszielgruppe: Sie können unter den Unbeteiligten, den Offenen oder selten auch unter den Paraten vorkommen.

Die folgenden Abschnitte beschreiben die Zielgruppen, ihre Bedürfnisse und in welcher Phase der Wohnungssuche sie auf welche Massnahme ansprechen.

## DIE PARATEN

Die kleinste Zielgruppe sind die Paraten. Sie machen geschätzte fünf Prozent des 65plus-Segments aus. Parate sind aktiv auf Wohnungssuche oder bereit für einen Wohnungswechsel. Sie kennen den Markt und sprechen bei Erstvermietungen, Leerkündigungen oder Umzugsangeboten gut auf Wohnungsangebote an. Auch Parate können unterstützt werden.



● ○ Ereignis / Kündigung / Überforderte

1 Gedankenanstoss | 2 Information Wohnungsmarkt | 3 Wohnungssuche  
4 Entscheidungszeit/Vermittlung | 5 Umzugsplanung | 6 Wohnungsangebot

ABBILDUNG 1: Zielgruppen im 65plus-Segment (Zimmerli 2019, 144).

**Längere Reservationszeit:** Die Entscheidung für eine Wohnung respektive einen Umzug hat auch für die Paraten eine hohe Tragweite. Sie werden schneller als Mieter gewonnen, wenn sie nicht zu Entscheidungen gedrängt werden. Längere Reservationsfristen und damit die Möglichkeit, eine Entscheidung nochmals ein paar Nächte zu überschlafen, schaffen Vertrauen und Sicherheit. Dazu braucht es nicht nur Vermarkter und Bewirtschafter mit Fingerspitzengefühl, sondern auch Eigentümer, die die notwendige Flexibilität gewähren.

**Spezialbehandlung:** Viele Senioren, insbesondere Alleinstehende, suchen bezahlbare moderne 2-Zimmer-Wohnungen in einer gut versorgten und durchmischten Nachbarschaft, möglichst mit Lift, Balkon, Abstellraum und schönem Ausblick. Solche Wohnungen sind auch in entscheidungsfreudigeren jüngeren Marktsegmenten beliebt. Tiefere Fluktuationsraten kompensieren in der Regel den Mehraufwand, der durch längere Reservationszeiten oder aufwendigere Bonitätsabklärungen für Senioren entstehen.

**Zielgruppengerechte Information und Kontaktmöglichkeiten:** Pensionierte orientieren sich in der Regel an vertrauenswürdigen Ausschreibungskanälen und suchen den persönlichen Kontakt zu Vermietern und Verwaltungen. Selbst Parate setzen sich wiederholt und vertieft mit Angeboten auseinander, um Unsicherheiten bezüglich des Wohnobjekts, der Nachbarschaft und des Umfelds zu reduzieren. Sie wollen sich plastisch vorstellen, wie ihr zukünftiges Zuhause funktioniert. Um den Informations- und Kommunikationsbedarf der Paraten zu stillen, brauchen Vermieter und Liegenschaftsverwaltungen gut erreichbare Ansprechpersonen, die sich auf deren Anliegen einlassen.

#### DIE OFFENEN

Eine deutlich grössere Gruppe als die Paraten sind die Offenen. Sie machen geschätzt einen Drittel des 65plus-Marktes aus. Offene spielen mit dem Gedanken, irgendwann einmal umzuziehen, sind aber nicht aktiv auf



Wohnungssuche und auch noch nicht bereit, umzuziehen. Sie ahnen aber, dass sie früher oder später umziehen müssen.

**Neubauprojekte früh ankündigen:** Offene interessieren sich oft für Neubauprojekte in ihrem Wohnumfeld oder an Lagen, die ihnen gefallen, und schauen sich Baustellen an. Investoren und Entwickler können den Weg von Gedankenspielen zu konkreten Umzugsplänen ebnen, indem sie die altersgerechten Qualitäten ihrer Projekte schon früh über Baustellen- und Informationsstafeln hervorheben. Sie können Offenen auch lange vor dem offiziellen Vermietungsfenster ermöglichen, sich persönlich zu informieren, beispielsweise im Rahmen von Informationsveranstaltungen, Messeauftritten oder persönlichen Gesprächen. Der Zusatzaufwand lohnt sich insbesondere, wenn Wohnüberbauungen an eher schwer vermietbaren Lagen für Erwerbstätige erstellt werden oder ein Mietwohnungsüberangebot besteht.

**Mieter an den Markt heranzuführen:** Das Interesse am Objekt reicht oft nicht aus, um Mieter zu einem Umzug zu bewegen. Wer sich an tiefe Bestandsmieten gewöhnt hat, tut sich oft schwer damit, den Markt realistisch einzuschätzen: Offene müssen Angebote auf dem Mietwohnungsmarkt einordnen können. Dabei helfen Benchmarks und Vergleichsobjekte: Was bieten und kosten moderne Wohnungen? Was sind quartierübliche Marktmieten? Gibt es in der Gemeinde oder Region Lagen, die Pensionierten, die keinen Arbeitsweg haben, ein altersfreundliches Wohnumfeld bieten? Die entsprechenden Informationen können von Eigentümern und Liegenschaftsverwaltungen angeboten werden.

**Wohnmobilität langjähriger Mieter fördern:** Offene langjährige Mieter von Familienwohnungen, die in marktunüblichen Bestandsmieten «gefangen» sind, können mit dem richtigen Angebot zu einem Umzug in kleinere, aber moderne Wohnungen ermutigt werden. Mietern, die damit rechnen, dass sich ihre persönlichen und finanziellen Umstände einschneidend ändern könnten, kann ein Umzug in kleinere und preisgünstigere Wohnungen erleichtert werden, beispielsweise über Wartelisten. Mit Blick auf absehbare Erneuerungen, aber auch um tiefe Quadratmeterpreise auf kleinere Wohnflächen zu transferieren, kann es sich lohnen, langjährigen Mietern proaktiv Alternativen zu günstigen Konditionen anzubieten. Die Opportunitätskosten von Bestandsmieten müssen transparent berechnet werden, und Bewirtschafter brauchen einen Anreiz, den Mehraufwand auf sich zu nehmen.

**Hilfe bei der Wohnungssuche und bei der Bewerbung:** Offene, die lange nicht mehr umgezogen sind,

wissen oft nicht, wie man sich heute für Mietwohnungen bewirbt. Sie können mit Factsheets und Kursen oder über direkte Ansprechpartner mit den Anforderungen an Bewerbungen vertraut gemacht werden, insbesondere mit den Nachweisen für die Tragbarkeit von Mietwohnungen. Informationen können von Wohnungsanbietern und/oder Verbänden, sozialen Institutionen, spezialisierten Dienstleistern oder der öffentlichen Hand aufbereitet werden.

## DIE ÜBERFORDERTEN

Die meisten Eigentümer und Bewirtschafter werden früher oder später mit Überforderten konfrontiert: mit Mietern, die ihre Wohnsituation anpassen müssen, aber mit dem Anpassungsdruck nicht umgehen können. Überforderte bleiben oft so lange unentdeckt, bis ein Umzug unabdingbar wird. Es handelt sich um eine relativ kleine Gruppe, die bei Umzugsangeboten und Leerkündigungen auf eine Unterstützung angewiesen ist, die häufig nur mithilfe von Partnern oder Angehörigen geleistet werden kann.

**Identifizieren:** Die wichtigste Massnahme für Wohnungsanbieter ist die Identifikation von Überforderten im Vorfeld von Leerkündigungen. Dabei helfen auch Kooperationen mit sozialen Institutionen, Quartierakteuren, Hauswarten, Betreuungs- oder Reinigungspersonal, die sich regelmässig vor Ort oder in den Wohnungen aufhalten und ein Vertrauensverhältnis zu älteren Mietern aufgebaut haben. Wohnungsanbieter müssen in der Lage sein, Hinweisen auf Überforderte mit dem nötigen Fingerspitzengefühl nachzugehen und kompetente Partner beizuziehen.

## DIE UNBETEILIGTEN

Die grosse Mehrheit der Senioren gehört zu den Unbeteiligten. Diese setzen sich entweder nicht mit dem Thema Wohnen im Alter auseinander oder haben sich gegen einen Umzug entschieden. Zu den Unbeteiligten gehören auch latent Überforderte, die nicht akzeptieren wollen, dass ihre aktuelle Wohnsituation keine Basis für die Zukunft ist: weil es keinen Lift gibt, weil sie sich die Miete irgendwann nicht mehr leisten können, weil eine Sanierung ansteht, weil die Einkaufsmöglichkeiten eingeschränkt sind oder weil sie als Alleinstehende mit der Bewältigung des Alltags überfordert sind. Unbeteiligte sind nur schwer zu erreichen und treten in der Regel erst bei Ereignissen in Erscheinung.

## AUSBLICK

Senioren können als (Neu-)Mieter Nachteile haben: Sie tun sich häufig schwerer mit Veränderungen als Jüngere, investieren mehr Anstrengung in die Wohnungssuche und erfordern mehr Aufmerksamkeit im Vermietungsprozess. Senioren haben als Marktsegment aber auch Vorteile: als treue bestehende oder neue Mieter. Sie haben in der Regel stabile finanzielle Verhältnisse, verringern mit ihrer höheren Sesshaftigkeit die Fluktuation in der Liegenschaft und sorgen dafür, dass Wohnsiedlungen auch dann belebt werden, wenn andere bei der Arbeit sind.

Die Modellierung von Senioren in unterschiedliche Zielgruppen unterstützt Eigentümer und Liegenschaftsverwaltungen darin, ältere Mieterinnen und Mieter besser einzuschätzen. Je besser sie Senioren einordnen können, desto leichter fällt es ihnen, sie bei Vermietungen zu erreichen, ihnen passende Angebote zu machen oder sie in Erneuerungsprozessen zu begleiten.

Um Senioren den Zugang zum Wohnungsmarkt zu erleichtern, müssen sich Wohnungsanbieter, die sich für dieses Marktsegment interessieren, richtig aufstellen. Sie brauchen soziale Kompetenzen, müssen seniorenfreundliche Prozesse definieren und die Triage in die unterschiedlichen Zielgruppen machen: Wer nicht erkennt, welche Senioren zu den Paraten, zu den Offenen oder zu den Unbeteiligten gehören, kann keine passenden Angebote machen.

Um den 65plus-Markt zu entwickeln, braucht es mehr als Kommunikationsmassnahmen; es braucht auch eine bessere Koordination zwischen Investoren, Entwicklern und Bewirtschaftern. Wenn altersgerechte Wohnungen erstellt werden, sollten Senioren auch bei den Vermietungszielen berücksichtigt und in Erstvermietungsprozessen angemessen unterstützt werden.

Entgegen der weitverbreiteten Vorstellung, dass Senioren nur in ihrer lange Jahre gemieteten Wohnung alt werden möchten, hat Wohnen im Alter für Senioren häufig einen Umzug zur Folge. Der langfristige Weg, Unbeteiligte zu Offenen und Offene zu Paraten zu machen, liegt darin, eine Kultur des Umziehens im Alter zu fördern. Liegenschaftsverwaltungen können signalisieren, dass Umzugswünsche aufgenommen und bei Wohnungswechseln berücksichtigt werden. Erstvermieter können Porträts nutzen, die positive Erfahrungen mit einem Umzug vermitteln. Das inspiriert Senioren, über die eigene Wohnsituation nachzudenken – und früher oder später auf Wohnungsangebote anzusprechen.

**BSV (2018):** «Statistik der Ergänzungsleistungen zur AHV und IV 2017.» Bern.

**HÖPFLINGER, F., V. HUGENTOBLER UND D. SPINI (2019):** Wohnen in den späten Lebensjahren. Zürich: Seismo Verlag.

**PERRIG-CHIELLO, P. UND F. HÖPFLINGER (2009):** Die Babyboomer: Eine Generation revolutioniert das Alter. Zürich: Verlag Neue Zürcher Zeitung.

**RISCHANEK, U. UND W. AMANN (2004):** Seniorenbezogene Konzepte für Neubau und Sanierung. Wien: Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie.

**ZIMMERLI, J. (2014):** «Räumliche Entwicklung und Umzugsbereitschaft der Babyboomer.» In: Age Report III, F. Höpflinger und J. van Weeze-mael (Hrsg.), 179–87. Zürich: Seismo-Verlag.

**ZIMMERLI, J. (2019):** Demografie und Wohnungswirtschaft. Seniorenfreundliche Zugänge zum Mietwohnungsmarkt. Zürich: Eigenverlag.

**ZIMMERLI, J., F. CIRITOGU, D. FASCIATI, J. CAPIELLO UND M. GRESCHNER (2019):** «Pensionierte als Zielgruppe von Erstvermietungen.» In: Seniorenfreundliche Zugänge zum Mietwohnungsmarkt, J. Zimmerli: 79–93. Zürich: Eigenverlag.

**ZIMMERLI, J., B. ROHRER, MV WINTERTHUR, LIVIT AG, DR. STEPHAN À PORTA-STIFTUNG UND HEV ZÜRICH (2019):** «Pensionierte als Betroffene von Leerkündigungen.» In: Seniorenfreundliche Zugänge zum Mietwohnungsmarkt, J. Zimmerli: 109–26. Zürich: Eigenverlag.

**ZIMMERLI, J. UND M. SCHMIDIGER (2016):** Demografie und Wohnungswirtschaft. Pensionierte auf dem Wohnungsmarkt. Zug: IFZ Institut für Finanzdienstleistungen.

**ZIMMERLI, J., P. STUTZ UND H.P. THOMI (2019):** «Vermittlung finanzieller Härtefälle für günstige Wohnungen.» In: Seniorenfreundliche Zugänge zum Mietwohnungsmarkt, J. Zimmerli: 127–38. Zürich: Eigenverlag.

*Die Autorin***DR. JOËLLE ZIMMERLI**

Soziologin und Planerin FSU, ist mit ihrem Büro Zimraum GmbH in der Areal-, Stadt- und Regionalentwicklung tätig. Sie erarbeitet strategische Grundlagen und entwickelt Projekte an der Schnittstelle zwischen gesellschaftlichen, raumplanerischen und wohnungswirtschaftlichen Fragestellungen und nutzt dazu Methoden der empirischen Sozialforschung. 2015 hat sie ihre Dissertation zum Thema Wohnen im Alter an der Leibniz Universität Hannover abgeschlossen. Seit 2018 unterrichtet sie an der TU Berlin im Ausbildungsgang Real Estate Management das Fach «Stadtsoziologie».