

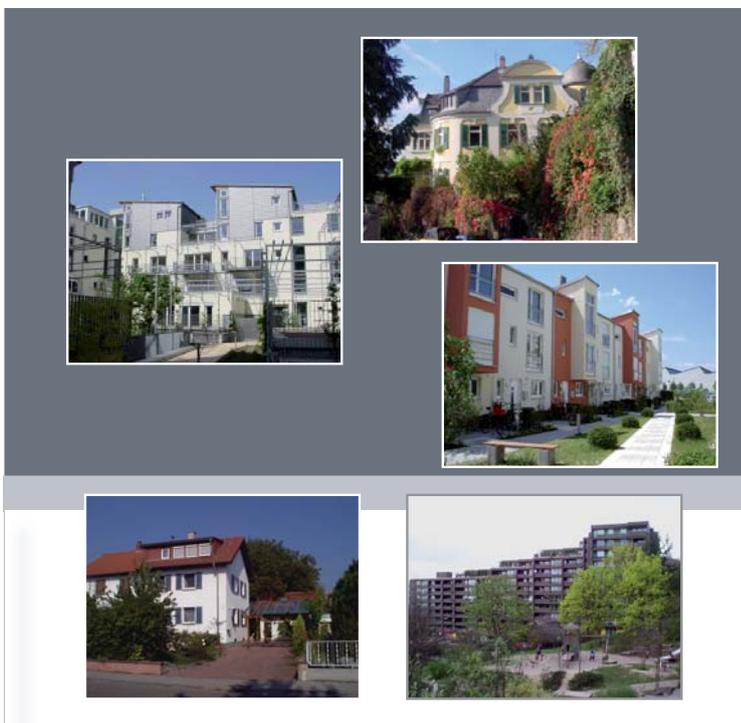
Wohntypen in Heidelberg

SCHRIFTEN

zur Stadtentwicklung

Wohntypen in Heidelberg

Eine nachfrageorientierte
Segmentierung des Heidelberger
Wohnungsmarktes



Wohntypen in Heidelberg

S C H R I F T E N

zur Stadtentwicklung

Wohntypen in Heidelberg

Eine nachfrageorientierte
Segmentierung des Heidelberger
Wohnungsmarktes

Auftragnehmer:

InWIS Forschung & Beratung GmbH

Mit finanzieller Unterstützung:

Conceptaplan & Kalkmann Wohnwerte GmbH & Co. KG
Epple Holding GmbH
Gesellschaft für Grund- und Hausbesitz mbH
GWH Immobilien Holding GmbH
HOCHTIEF Projektentwicklung GmbH
IBV Wohnungsunternehmen Erich Ross GmbH & Co. KG
Kraus Immobilien GmbH
Mieterverein Heidelberg und Umgebung e.V.
Quadriga Projektentwicklung & Seniorenimmobilien GmbH & Co. KG
S-Immobilien Heidelberg GmbH
Verband der Haus-, Wohnungs- und Grundeigentümer Heidelberg
und Umgebung e.V.

Herausgeber:

Der Oberbürgermeister der Stadt Heidelberg
Amt für Stadtentwicklung und Statistik
Heidelberg, April 2011

Vorwort

Der Wohnungsmarkt ist in einem grundsätzlichen Wandel begriffen. Eine zunehmende Ausdifferenzierung der Wohnungsnachfrage trifft auf einen in die Jahre gekommenen Wohnungsbestand, der unübersehbaren Modernisierungsbedarf hat. Die Entwicklung verläuft in den einzelnen Stadtteilen und Wohnquartieren inzwischen deutlich unterschiedlich. Allgemein von dem Wohnungsmarkt Heidelberg zu sprechen ist kaum mehr möglich. Hinzu kommt eine hohe Fluktuation im von Universität und Wissenschaft geprägten Heidelberg.

Die aktuelle Lebensstil- und Milieuforschung verspricht mit den von Prof. Eichener entwickelten Wohnkonzepten praxisnahe Antworten auf diese wohnungswirtschaftlichen Fragestellungen. Die vorliegende Studie des Instituts für Wohnungswesen, Immobilienwirtschaft, Stadt und Regionalentwicklung GmbH an der Ruhr-Universität Bochum, die auf dieses methodische Gerüst aufbaut, liefert zum ersten Mal für die Universitätsstadt Heidelberg eine lebensstilorientierte Analyse der Wohnungsnachfragestrukturen. Basis der Untersuchung ist eine repräsentative Haushaltsbefragung, die im Sommer 2010 durchgeführt wurde. Die Ergebnisse haben besondere Bedeutung sowohl für die strategische Ausrichtung als auch das operative Handeln der Akteure am Wohnungsmarkt. Sie geben wichtige Hinweise für die nachfrage- und zielgruppenorientierte Entwicklung des Wohnungsangebotes in der Stadt Heidelberg. Damit bieten sie auch Entscheidungshilfen für eine zielgerichtete und zukunftsfähige Entwicklung der in den nächsten Jahren freiwerdenden Konversionsflächen.

Die Studie wurde nicht allein von der Stadt Heidelberg in Auftrag gegeben. Wichtige Akteure des Wohnungsmarktes haben an der Ausarbeitung der Fragestellungen mitgearbeitet und sich mit einem wesentlichen Anteil an der Finanzierung beteiligt. Diesem beispielgebenden Engagement für das Allgemeininteresse in unserer Stadt gilt unser besonderer Dank.



Dr. Eckart Würzner
Oberbürgermeister



Bernd Stadel
Erster Bürgermeister

Inhalt

1. Zielsetzungen und Untersuchungsdesign	5
2. Rahmendaten	9
2.1. Bevölkerungsstruktur in Heidelberg	9
2.2. Soziodemografische und -ökonomische Struktur der Wohnbevölkerung	11
2.3. Der Heidelberger Wohnungsmarkt im Überblick	12
2.4. Aktuelle Wohnsituation der Wohnbevölkerung	14
3. Wohnzufriedenheit.....	17
3.1. Teilbereich Wohnqualität	18
3.2. Teilbereich Standortqualität.....	19
3.3. Wohnzufriedenheit in den Stadtteilen	20
4. Stärken und Schwächen des Wohnstandortes Heidelberg	23
5. Wohnwünsche allgemein	25
5.1. Gewünschte Wohnlage und gewünschter Stadtteil	25
5.2. Ausstattungswünsche.....	27
6. Umzugsabsichten, Wohnwünsche nach einem Umzug und Bindungspotenziale.....	29
6.1. Umzugsabsichten	29
6.2. Gewünschte Wohnsituation nach einem Umzug.....	30
6.3. Bindungspotenziale.....	31
7. Das WohnMatrix-Modell	33
7.1. Wohnkonzepte in Heidelberg	33
7.2. Wohntypen in Heidelberg	40
8. Handlungsfelder für die weitere Wohnungs- und Stadtentwicklungspolitik	62
8.1. Allgemeine Handlungsfelder.....	62
8.1.1 Wohn- und Standortqualitäten	62
8.1.2 Ausreichendes Angebot an preiswertem Wohnraum.....	67
8.1.3 (Weiter-)Entwicklung des Heidelberger Arbeitsmarktes	70
8.1.4 Verbesserung der Verkehrssituation.....	70
8.1.5 Vermittlung zwischen den Generationen.....	71
8.2. Zielgruppenspezifische Empfehlungen	72
8.2.1 Angebote für junge Haushalte.....	72
8.2.2 Angebote für Familien.....	75
8.2.3 Angebote für Mid Ager und Ältere	78
8.2.4 Angebote für einkommensschwächere Haushalte	81

Abbildungen

Abbildung 1: Zusammensetzung der Stadtteilgruppen	7
Abbildung 2: Dimensionen und Teilbereiche der Wohnzufriedenheit	17
Abbildung 3: Merkmale des Teilbereichs Wohnqualität	18
Abbildung 4: Merkmale des Teilbereichs Standortqualität.....	19
Abbildung 5: Gewünschte Wohnlage nach Stadtteilgruppe	25
Abbildung 6: Stadtteilpräferenz.....	26
Abbildung 7: Ausstattungswünsche mit Zahlungsbereitschaft (Mehrfachnennungen möglich).....	28
Abbildung 8: Umzugswunsch und -motive	29
Abbildung 9: Momentaner und gewünschter Wohnungstyp im Vergleich (gefilterte Ergebnisse)	31
Abbildung 10: Zusammensetzung der Wohnbevölkerung Heidelbergs nach Wohnkonzepten	35
Abbildung 11: Zusammensetzung der Wohnbevölkerung Heidelbergs nach Stadtteilgruppe	37
Abbildung 12: WohnMatrix	40

Tabellen

Tabelle 1: Verteilung der Wohnbevölkerung nach Stadtteilen	6
Tabelle 2: Verteilung der Haushaltstypen/Wohnbevölkerung in Haushaltstypen in Heidelberg (absolute Werte jeweils auf 100 gerundet)	11
Tabelle 3: Verteilung der Wohnbevölkerung nach Wohnkaufkraftgruppen	11
Tabelle 4: Verteilung von Wohnungsbeständen und fertiggestellten Wohnungen	12
Tabelle 5: Entwicklung des Wohnflächenverbrauchs in Heidelberg	13
Tabelle 6: Wohnungsgrößen im Wohnungsbestand und bei fertiggestellten Wohnungen	13
Tabelle 7: Verteilung des Wohngebäudebestandes nach Baujahresklassen ...	14
Tabelle 8: Wohnformen nach Stadtteilgruppe.....	15
Tabelle 9: Zufriedenheitsindizes nach Stadtteilgruppe und Stadtteil	22
Tabelle 10: Vorteile von Heidelberg (offene Frage, Mehrfachnennungen möglich).....	23
Tabelle 11: Nachteile von Heidelberg (offene Frage, Mehrfachnennungen möglich).....	24
Tabelle 12: Bindungspotenziale nach Stadtteilgruppe und Stadtteil (Anteile in %).....	32
Tabelle 13: Profile der Wohnkonzepte	38

1. Zielsetzungen und Untersuchungsdesign

Zielsetzungen

Um Heidelberg als Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort weiter zu entwickeln, ist ein nachfragegerechtes und attraktives Wohnungsangebot besonders wichtig. Für eine zukunftsorientierte Wohnraum- und Stadtentwicklungspolitik ist es hierzu notwendig zu erfahren, wie die Heidelberger Bevölkerung die Wohn- und Lebenssituation in Heidelberg derzeit einschätzt. Wo liegen die Stärken und Schwächen des Wohnstandorts Heidelberg?

Vor diesem Hintergrund hat die Stadt Heidelberg die InWIS Forschung & Beratung GmbH im Jahr 2010 mit der Durchführung einer Wohnungsmarktstudie "Heidelberg 2010" beauftragt. Auf Grundlage einer repräsentativen Befragung der Heidelberger Wohnbevölkerung sollte eine Analyse der spezifischen Zielgruppen und eine Nachfragesegmentierung auf dem Heidelberger Wohnungsmarkt vorgenommen werden.

Die wichtigsten Untersuchungsziele lassen sich anhand folgender Leitfragen formulieren:

- Aus welchen wohnungsmarktspezifischen Ziel-/Nachfragergruppen setzt sich die Heidelberger Wohnbevölkerung zusammen?
- Wie zufrieden sind die Heidelberger mit der Wohnsituation und dem Wohnstandort insgesamt?
- Welche Wohnort- und Nachfragepräferenzen lassen sich herausstellen?
- Welchen Bindungsgrad an Heidelberg weist die Wohnbevölkerung beziehungsweise weisen einzelne Nachfragergruppen auf?
- Welche Potenziale und Voraussetzungen bestehen, um die einzelnen Nachfragergruppen, die derzeit in Heidelberg wohnen, langfristig an die Stadt zu binden?
- Welche Handlungsfelder/-bedarfe lassen sich für eine zielgruppenorientierte und nachfragegerechte Stadtentwicklungs- und Wohnungspolitik ableiten?

Alle im Folgenden genannten Ergebnisse und Grafiken basieren - sofern nicht anders gekennzeichnet - auf den Resultaten der durchgeführten Befragung.

Datengrundlage und Datenerhebung

Die Befragung wurde auf telefonischem Wege durchgeführt, und zwar im Zeitraum von Juli 2010 bis September 2010. Befragt wurde die Heidelberger Wohnbevölkerung ab 18 Jahren mit Erstwohnsitz in Heidelberg. Die Grundgesamtheit beträgt demnach circa 114.000 Personen. Die nachfolgende Tabelle zeigt die Verteilung der Heidelberger Wohnbevölkerung ab 18 Jahren nach Stadtteilen.

Tabelle 1: Verteilung der Wohnbevölkerung nach Stadtteilen

Stadtteil	Wohnbevölkerung	Wohnbevölkerung in %
Schlierbach	2.630	2,3
Altstadt	8.912	7,8
Bergheim	5.950	5,2
Weststadt	10.643	9,3
Südstadt	3.547	3,1
Rohrbach	12.642	11,1
Kirchheim	13.269	11,6
Pfaffengrund	6.531	5,7
Wieblingen	7.935	7,0
Handschuhsheim	14.601	12,8
Neuenheim	11.053	9,7
Boxberg	3.419	3,0
Emmertsgrund	5.275	4,6
Ziegelhausen	7.654	6,7
Gesamtstadt	114.061	100

Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Heidelberg 2009

Wie ersichtlich wird, verteilt sich die Wohnbevölkerung in ungleichem Maße auf die einzelnen Stadtteile. Die am stärksten bevölkerten Stadtteile Heidelbergs sind Handschuhsheim, gefolgt von Kirchheim und Rohrbach. Gegenteiliges gilt für die Stadtteile Schlierbach, Boxberg und Südstadt.

Um repräsentative Ergebnisse zu erhalten, wurde zunächst eine geschichtete Zufallsstichprobe aus dem Einwohnermelderegister gezogen. In diesem Kontext wurden - aus der Kombination der Merkmale Alter, Geschlecht und Stadtteil - 112 Schichten gebildet. Aus diesen 112 Schichten wurden anschließend getrennte Zufallsstichproben gezogen.

Der Umfang der Stichprobe betrug insgesamt knapp 4.800 Personen. Von diesen konnten letztlich 1.473 Personen befragt werden.

Um zu gewährleisten, dass die Verteilung nach Alter, Haushaltszusammensetzung und Stadtteil der realen Verteilung in Heidelberg entspricht, wurde vor der Datenauswertung ein mehrstufiges Gewichtungsverfahren angewandt.

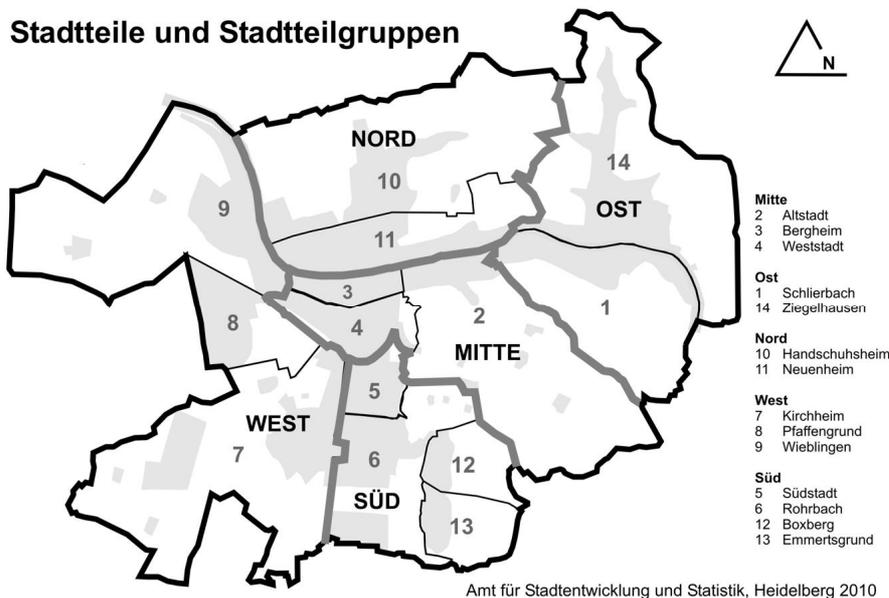
Letztlich ergibt sich aus den Teilnahmequoten und der resultierenden Verteilung eine ausreichende Datenbasis, um repräsentative Aussagen zu gewährleisten.

Auswertung und Analyse der Daten – Untersuchungsdesign

Im Hinblick auf das Untersuchungsziel der Abbildung der verschiedenen Nachfragestrukturen des Wohnungsmarktes werden die Ergebnisse der Befragung differenziert nach Stadtteilgruppe, Stadtteil, (Wohn-) Kaufkraftgruppe, (Berufs-) Tätigkeit und wohnungswirtschaftlichen Ziel-/Nachfragergruppen ausgewertet.

Die angesprochenen Stadtteilgruppen setzen sich wie folgt zusammen:

Abbildung 1: Zusammensetzung der Stadtteilgruppen



Wohnkaufkraftgruppen wurden gebildet, um die Merkmale Haushaltszusammensetzung und Kaufkraft¹ zu kombinieren (siehe Tabelle 3).

Hierzu zunächst einige Erläuterungen:

- Paare sind ein Zusammenschluss von zwei Personen, die in partnerschaftlicher Verbindung zusammenleben - unabhängig davon, ob verheiratet oder nicht.
- Mehrpersonenhaushalte sind vor allem Haushaltskonstellationen mit zwei oder mehr Erwachsenen, die nicht partnerschaftlich verbunden sind (beispielsweise Wohngemeinschaften), Haushalte mit erwachsenen Kindern, Haushalte mit einem Elternteil beziehungsweise mehreren Elternteilen und Mehrgenerationenhaushalte.
- Familien umfassen alle Haushalte mit Kindern unter 18 Jahren, also auch die Alleinerziehenden.

Durch die Pluralisierung von Lebensformen und -stilen differenzieren sich auch die Wohnwünsche immer stärker aus. Unter dem Einfluss des gesellschaftlichen Wandels reichen soziodemografische Merkmale (Alter, Haushaltstyp, Einkommen) alleine nicht mehr aus, um die Wohnungsnachfrage erklären zu können und das Wohnungsangebot darauf abzustimmen. Vielmehr ist die gegenwärtige Wohnraumnachfrage auch Ausdruck des jeweiligen Lebensstils. Im Rahmen der vorliegenden Studie wurde daher der Einfluss der Lebensstile auf die Wohnungsnachfrage berücksichtigt. Um Lebensstilgruppen bilden zu können, wurden neben soziodemografischen Merkmalen auch Angaben zum

¹ Zur Einkommensdifferenzierung wurde auf das Äquivalenzeinkommen zurückgegriffen. Das Äquivalenzeinkommen ist ein Wert, der sich aus dem Gesamteinkommen eines Haushalts und der Anzahl und dem Alter der von diesem Einkommen lebenden Personen ergibt. Mit Hilfe einer Äquivalenzskala werden die Einkommen nach Haushaltsgröße und Zusammensetzung gewichtet. Grund dafür ist, dass die Einkommen von Personen, die in unterschiedlich großen Haushalten leben, nicht miteinander vergleichbar sind, da in größeren Haushalten Einspareffekte auftreten.

Freizeitverhalten und zu Wertorientierungen herangezogen und sogenannte "Wohnkonzepte" gebildet. Zur Bildung wohnungswirtschaftlicher Ziel-/Nachfragergruppen werden letztlich die drei Dimensionen Alters-/Haushaltszusammensetzung, Kaufkraft und die angesprochenen Wohnkonzepte miteinander verknüpft. Für Heidelberg wurden 20 wohnungswirtschaftliche Ziel-/Nachfragergruppen ermittelt (siehe Kapitel 7).

Neben den Fragen zum Lebensstil und zur soziodemografischen Struktur der Wohnbevölkerung wurden im verwendeten Fragebogen weiterhin folgende Themenkomplexe behandelt:

- Aktuelle Wohnsituation: Wohnverhältnis, Gebäudetyp, Vermietertyp, Wohnungsgröße, Wohnkostenbelastung, Wohndauer
- Wohnzufriedenheit: Zufriedenheit mit der Wohn- und Standortqualität
- Beurteilung Heidelbergs als Wohnstandort: Was gefällt an Heidelberg besonders gut? Was gefällt weniger gut?
- Wohnwünsche und -vorstellungen: Bevorzugte Wohnlage und bevorzugter Stadtteil inklusive Begründung, gewünschte Ausstattungsmerkmale
- Umzugsabsichten und -motive: Absicht in den nächsten beiden Jahren umzuziehen, wichtigster Umzugsgrund, bevorzugtes Wohnverhältnis und bevorzugter Gebäudetyp nach dem Umzug, Anforderungen an Wohnungsgröße, Zielstandort nach dem Umzug, Voraussetzungen für den Verbleib in Heidelberg

2. Rahmendaten

2.1. Bevölkerungsstruktur in Heidelberg

Bevor die Befragungsergebnisse dargestellt werden, erscheint es für die spätere Verortung der Ergebnisse zunächst sinnvoll, einen kurzen Überblick über die Heidelberger Bevölkerungsstruktur aufzuzeigen. Hierzu wird im Folgenden auf Daten des Amtes für Stadtentwicklung und Statistik der Stadt Heidelberg zurückgegriffen.

Die Heidelberger Bevölkerungsstruktur ist durch vergleichsweise kleine Haushalte gekennzeichnet. So leben die 133.000 Personen, die hier ihren Erstwohnsitz angemeldet haben, in ungefähr 74.900 privaten Haushalten. Diese bestehen zu etwa 55 Prozent aus Einpersonenhaushalten und zu 19 Prozent aus Paaren. Mehrpersonenhaushalte machen etwa 10 Prozent, Haushalte mit Kindern unter 18 Jahren etwa 16 Prozent aller Heidelberger Haushalte aus. Im Durchschnitt umfassen die Heidelberger Haushalte 1,8 Personen.

Heidelberg ist eine junge Stadt: So sind 45 Prozent der Wohnbevölkerung unter 35 Jahren, jeder Dritte ist zwischen 35 bis unter 60 Jahren und 22 Prozent sind 60 Jahre beziehungsweise älter.² Damit stellt Heidelberg diejenige Stadt dar, die das jüngste durchschnittliche Alter aller Stadt- und Landkreise des Landes Baden-Württemberg aufweist. Einen wesentlichen Beitrag zu dieser jungen Bevölkerungsstruktur leistet der Umstand, dass Heidelberg ein Universitätsstandort ist. An den Heidelberger (Fach-)Hochschulen sind insgesamt etwa 33.000 Studierende immatrikuliert.

Im Gegensatz zu anderen Regionen weist die Stadt Heidelberg einen positiven Trend in der Bevölkerungsentwicklung auf. Seit 1999 ist die Zahl der Einwohner um etwa 3,1 Prozent gestiegen, wobei die Zahl der privaten Haushalte während dieses Zeitraums insgesamt um 7,7 Prozent angestiegen ist.³ Die Teilhabe an dieser positiven Bevölkerungsentwicklung erstreckt sich allerdings nicht gleichmäßig über alle Bevölkerungsschichten und Lebensformen. Ein besonders starker Zuwachs von 27,4 Prozent seit 1999 ist für Paare und Mehrpersonenhaushalte feststellbar. Auch für Einpersonenhaushalte ist eine positive Entwicklung (Zuwachs von etwa 8,5 Prozent) zu verzeichnen. Ein gegenteiliges Bild zeichnet sich für Familienhaushalte ab. Hier ist im selben Zeitraum ein Rückgang von insgesamt 18 Prozent feststellbar. Einen entscheidenden Beitrag zur insgesamt positiven Bevölkerungsentwicklung Heidelbergs trägt insbesondere der Umstand bei, dass die Stadt einen positiven Wanderungssaldo (=Zuzüge minus Fortzüge) aufweist. Dieser betrug in der Zeitspanne von 2005 bis 2009 im Mittel 500 Personen pro Jahr.⁴

Die aufgeführten Determinanten der Bevölkerungsentwicklung - die junge Altersstruktur und der positive Wanderungssaldo - führen dazu, dass sich dieser positive Entwicklungstrend laut Bevölkerungsprognose 2004 bis 2025 noch bis zum Jahr 2020 fortsetzen wird. Demnach wird von einer Bevölkerungszunahme auf ungefähr 138.500 Personen (Basiswert 2004: circa

45 Prozent sind unter 35 Jahre

In den letzten 10 Jahren ist die Einwohnerzahl um 3 Prozent gestiegen, die Zahl privater Haushalte um fast 8 Prozent; Zunahme bei Ein- und Mehrpersonenhaushalten - Abnahme bei Familien

Bis 2020 wird von einer weiteren Bevölkerungszunahme ausgegangen - weitere Abnahmen bei jungen Familien

² Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Heidelberg 2009.

³ Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik: Statistische Kurzmitteilung Nr. 46, Heidelberg Mai/2010.

⁴ Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik: Heidelberger Statistik 2009, Heidelberg 2009.

130.000) ausgegangen.⁵ Bezüglich der Entwicklung der Altersstruktur wird hierbei davon ausgegangen, dass der Anteil an Senioren in Heidelberg zwar zunehmen wird, die Altersspitze sich allerdings aufgrund eines zu erwartenden Wanderungszuwachses unter jüngeren Bevölkerungsgruppen im Vergleich zu anderen Regionen nicht drastisch nach oben verschieben wird. Weitere Verluste werden insbesondere unter jungen Familien prognostiziert. Dementsprechend steht die Heidelberger Wohnungspolitik vor allem vor der Herausforderung, jungen Familien attraktive Wohn- und Lebensbedingungen zu bieten und diese vermehrt an den Wohnstandort zu binden. Gelingt dies nicht, ist von einer Verringerung des Anteils von Kindern und Jugendlichen an der Heidelberger Bevölkerung auszugehen.

Nachdem auf der Grundlage der kommunalen Statistik ein Überblick über die Bevölkerungsstruktur Heidelbergs gewährt wurde, sollen diese Informationen im Folgenden durch die Ergebnisse der Befragung erweitert und vertieft werden. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass sich die durchgeführte Befragung auf die Heidelberger Wohnbevölkerung ab einem Alter von 18 Jahren, nicht jedoch auf Heidelberger Haushalte bezieht. Dies hat bei der Interpretation der Ergebnisse zur Konsequenz, dass ein Rückschluss auf die Verhältnisse Heidelberger Haushalte auf der Basis der Ergebnisse nicht unmittelbar möglich ist. Die folgende Tabelle veranschaulicht diesen Sachverhalt: Dargestellt ist einerseits die absolute Häufigkeit der Haushalte ab 18 Jahren differenziert nach Haushaltstyp und der Anteil der jeweiligen Haushaltstypen an allen Heidelberger Haushalten (die Zuordnung der Haushalte zu einer Altersklasse erfolgt hierbei über das Alter des Haushaltsvorstandes). Andererseits sind in der folgenden Tabelle die absolute Häufigkeit der Wohnbevölkerung ab 18 Jahren im jeweiligen Haushaltstyp und der Anteil der Heidelberger Wohnbevölkerung, die in diesem Haushalt lebt, dargestellt. Während beispielsweise 19 Prozent aller Heidelberger Haushalte Einpersonenhaushalte unter 30 Jahren sind, leben 13 Prozent der Heidelberger Wohnbevölkerung in dieser Haushaltsform.

Dass bei der Wohnbevölkerung bei Paaren einer Altersklasse die absolute Häufigkeit nicht das Doppelte ergibt als bei Haushalten derselben Altersklasse, lässt sich wie folgt begründen: Bei der Ebene der Haushalte wird das Alter des Haushaltsvorstandes berücksichtigt, bei der Wohnbevölkerung das Alter aller im Haushaltstyp lebenden Personen. Wenn beispielsweise der Haushaltsvorstand zwischen 30 und 44 Jahren alt ist, dann wird dieser bei der Betrachtung auf der Ebene der Wohnbevölkerung dem Typus "Paare 30-44 Jahre" zugeordnet. Wenn die Partnerin/der Partner unter 30 Jahre alt ist, so wird diese/r dem Typus "Paare unter 30 Jahre" zugeordnet.

⁵ Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Heidelberg 2004.

Tabelle 2: Verteilung der Haushaltstypen/Wohnbevölkerung in Haushaltstypen in Heidelberg (absolute Werte jeweils auf 100 gerundet)

Haushaltstyp	Absolute Häufigkeit der Haushalte ab 18 Jahren differenziert nach Haushaltstyp	Anteil der Haushaltstypen an Heidelberger Haushalten in %	Absolute Häufigkeit der Wohnbevölkerung ab 18 Jahren im jeweiligen Haushaltstyp	Anteil der Heidelberger Wohnbevölkerung im jeweiligen Haushaltstyp in %
Singles unter 30 Jahre	14.300	19,1	14.300	12,5
Singles 30-44 Jahre	9.600	12,8	9.600	8,4
Singles 45-64 Jahre	8.900	11,9	8.900	7,8
Singles ab 65 Jahre	8.700	11,6	8.700	7,6
Paare unter 30 Jahre	3.300	4,4	7.100	6,2
Paare 30-44 Jahre	2.500	3,3	4.700	4,1
Paare 45-64 Jahre	3.500	4,7	7.700	6,7
Paare ab 65 Jahre	5.100	6,8	9.300	8,2
Familien unter 30 Jahre	700	0,9	3.500	3,1
Familien 30-44 Jahre	6.400	8,6	12.200	10,7
Familien ab 45 Jahre	4.500	6,0	7.500	6,6
Mehrpersonenhaushalte unter 30 Jahre	800	1,1	5.900	5,2
Mehrpersonenhaushalte 30-44 Jahre	500	0,7	2.700	2,4
Mehrpersonenhaushalte 45-64 Jahre	3.500	4,7	7.700	6,7
Mehrpersonenhaushalte ab 65 Jahre	2.500	3,3	4.300	3,8
Summe	74.800	100	114.100	100

Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Heidelberg 2009

2.2. Soziodemografische und -ökonomische Struktur der Wohnbevölkerung

Ein erster Ansatzpunkt zur Vertiefung der Erkenntnisse aus der kommunalen Statistik durch die Befragungsergebnisse bietet die Kombination von soziodemografischen und haushaltsstrukturellen Merkmalen mit der ökonomischen Leistungsfähigkeit.

Auffällig ist in diesem Kontext, dass bei Singles oder Paaren zwischen 45 bis unter 65 Jahren jene mit überdurchschnittlicher Kaufkraft deutlich überwiegen. Hierbei handelt es sich um eine sehr einkommensstarke Gruppe. Das Gegenteil gilt für die Mehrpersonenhaushalte (siehe Tabelle 3).

Postfamiliäre (Singles/Paare zwischen 45 und 64) als einkommensstärkste Gruppe

Tabelle 3: Verteilung der Wohnbevölkerung nach Wohnkaufkraftgruppen

Wohnkaufkraftgruppe	Anteil in %
Singles oder Paare unter 45 Jahre/unterdurchschnittliche Kaufkraft	13,7
Singles oder Paare unter 45 Jahre/überdurchschnittliche Kaufkraft	17,3
Singles oder Paare 45 bis unter 65 Jahre/unterdurchschnittliche Kaufkraft	4,5
Singles oder Paare 45 bis unter 65 Jahre/überdurchschnittliche Kaufkraft	10,1
Singles oder Paare über 65 Jahre/unterdurchschnittliche Kaufkraft	6,6
Singles oder Paare über 65 Jahre/überdurchschnittliche Kaufkraft	9,2
Familien/unterdurchschnittliche Kaufkraft	10,8
Familien/überdurchschnittliche Kaufkraft	9,6
Mehrpersonenhaushalte/unterdurchschnittliche Kaufkraft	12,7
Mehrpersonenhaushalte/überdurchschnittliche Kaufkraft	5,4

Heidelberg ist die Großstadt mit dem höchsten Akademikeranteil in Deutschland. Entsprechend verfügen auch die Befragten über ein sehr hohes Qualifikationsniveau: 42 Prozent besitzen einen (Fach-)Hochschulabschluss, weitere 27 Prozent die Fachhochschulreife, das Abitur oder die Allgemeine Hochschulreife.

Hohes Qualifikationsniveau der Befragten: 42 Prozent haben (Fach-)Hochschulabschluss

2.3. Der Heidelberger Wohnungsmarkt im Überblick

Neben der Kenntnis der Heidelberger Bevölkerungsstruktur ist für die Interpretation und inhaltliche Verortung der Befragungsergebnisse ein Überblick über die Charakteristika des Heidelberger Wohnungsmarktes ebenfalls von Relevanz. Aus diesem Grund sollen im Folgenden die wichtigsten Eckdaten des Heidelberger Wohnungsmarktes skizziert werden. Insgesamt gibt es in Heidelberg etwa 71.000 Wohnungen, wobei die bevölkerungsstarken Heidelberger Stadtteile Handschuhsheim, Kirchheim und Rohrbach über die größte Anzahl an Wohnungen verfügen. Gegenteiliges ist für die bevölkerungsschwachen Stadtteile Schlierbach, Boxberg und Südstadt zu konstatieren.

Im Jahre 2009 wurden in Heidelberg 361 Wohnungen fertiggestellt, wobei die mit Abstand größte Aktivität am Wohnungsmarkt für den Stadtteil Rohrbach festzustellen ist: hier wurden in diesem Zeitraum 152 Wohnungen fertiggestellt (=Saldo aus Zu- und Abgängen). Eine ebenfalls hohe Aktivität zeigt sich für die Stadtteile Handschuhsheim (44 fertiggestellte Wohnungen), Wieblingen (39 fertiggestellte Wohnungen) und Südstadt (38 fertiggestellte Wohnungen). Eine geringe Anzahl fertiggestellter Wohnungen liegt in den Stadtteilen Emmertsgrund und Boxberg Boxberg (jeweils 0 Fertigstellungen) sowie Pfaffengrund (2 Fertigstellungen) und Schlierbach (3 Fertigstellungen) vor. Die Stadtteile Altstadt und Kirchheim weisen einen negativen Saldo aus Zu- und Abgängen bei fertiggestellten Wohnungen auf (siehe Tabelle 4).

2009: Höchste Anzahl fertiggestellter Wohnungen in Rohrbach

Tabelle 4: Verteilung von Wohnungsbeständen und fertiggestellten Wohnungen

Stadtteil	Wohnungen insgesamt (Wohnungsbestand 2009)	Fertiggestellte Wohnungen 2009 (Saldo aus Zu- und Abgängen)
Schlierbach	1.682	3
Altstadt	5.208	-2
Bergheim	4.311	29
Weststadt	6.593	14
Südstadt	2.164	38
Rohrbach	7.980	152
Kirchheim	8.490	-3
Pfaffengrund	3.996	2
Wieblingen	4.788	39
Handschuhsheim	9.438	44
Neuenheim	6.934	9
Boxberg	2.124	0
Emmertsgrund	2.657	0
Ziegelhausen	5.163	36
Gesamtstadt	71.528	361

Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Heidelberg 2009

Betrachtet man die Entwicklung der Wohnfläche pro Einwohner, so zeigt sich, dass diese im Zeitraum von 1995 bis 2009 insgesamt um 5,8 qm zugenommen hat. Die Tendenz zu größeren Wohnungen zeigt sich für alle Heidelberger Stadtteile, wobei die Wohnfläche insbesondere in den Stadtteilen Ziegelhausen (+9,1 qm), Wieblingen (+7,9 qm) und Schlierbach (+7,4 qm) in überdurchschnittlichem Maße zugenommen hat (siehe Tabelle 5).

Tabelle 5: Entwicklung des Wohnflächenverbrauchs in Heidelberg

Stadtteil	Wohnfläche pro Einwohner in qm (1995)	Wohnfläche pro Einwohner in qm (2009)	Differenz in qm
Schlierbach	41,2	48,6	7,4
Altstadt	28,8	34,6	5,8
Bergheim	30,2	36,4	6,2
Weststadt	34,1	37,4	3,3
Südstadt	35,3	39,1	3,8
Rohrbach	33,3	37,8	4,5
Kirchheim	32	37,9	5,9
Pfaffengrund	30,8	36,1	5,3
Wieblingen	30	37,9	7,9
Handschuhsheim	33,8	39,3	5,5
Neuenheim	36,7	43,8	7,1
Boxberg	32,9	38,6	5,7
Emmertsgrund	29,1	33	3,9
Ziegelhausen	40,7	49,8	9,1
Gesamtstadt	33,2	39	5,8

Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Heidelberg 2009

Die Tendenz zu einer vermehrten Nachfrage nach größeren Wohnungen findet sich auch bei der Betrachtung der Raumzahlen wieder: Während knapp 30 Prozent der Wohnungen des Heidelberger Wohnungsbestandes über 5 und mehr Räume verfügen, haben über 70 Prozent der Wohnungen, die im Jahr 2009 fertiggestellt wurden, 5 oder mehr Räume (siehe Tabelle 6).

Großteil fertig gestellter Wohnungen verfügen über 5 und mehr Räume

Tabelle 6: Wohnungsgrößen im Wohnungsbestand und bei fertiggestellten Wohnungen

Raumzahl	Wohnungsbestand 2009 in %	Baufertigstellungen 2009 (Saldo aus Zu- und Abgängen) in %
1 oder 2 Räume	17,4	5,0
3 Räume	25,5	8,3
4 Räume	27,8	14,7
5 Räume	15,4	36,3
6 Räume	7,4	21,3
7 und mehr Räume	6,6	14,4

Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Heidelberg 2009

Analysiert man in einem weiteren Punkt den Wohngebäudebestand nach Baujahresklassen, so zeigt sich, dass etwa 70 Prozent der Wohngebäude vor 1968 gebaut wurden, während etwa 10 Prozent im Jahr 1990 oder später errichtet wurden (siehe Tabelle 7).

Tabelle 7: Verteilung des Wohngebäudebestandes nach Baujahresklassen

Baujahresklassen	Wohngebäudebestand (2009) in %
bis 1948	40,9
1949-1968	27,8
1969-1978	9,5
1979-1989	11,6
1990-1999	5,1
nach 2000	5,1

Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Heidelberg 2009

2.4. Aktuelle Wohnsituation der Wohnbevölkerung

Durchschnittlich leben die Befragten seit rund 26 Jahren in Heidelberg und seit 19 Jahren in ihrem derzeitigen Stadtteil. Differenziert nach Stadtteilgruppe ist die höchste Wohndauer - sowohl in Heidelberg als auch im Stadtteil - für den Stadtbezirk West festzustellen, wo vermehrt Rentner/Pensionäre wohnen, die geringste hingegen in den Stadtteilgruppen Mitte und Nord, die vermehrt von Jüngeren bewohnt werden.

Durchschnittliche Wohndauer in Heidelberg: 26 Jahre; durchschnittliche Wohndauer im Stadtteil: 19 Jahre

Um die aktuelle Wohnsituation zu beschreiben, wurden Wohnformen gebildet. Diese setzen sich aus den Merkmalen "Gebäudetyp", "Wohnungsgröße" sowie dem "Wohnverhältnis" (Miete-Eigentum) zusammen.

Demnach wohnt zwei Drittel der Wohnbevölkerung in einer Mietwohnung, vergleichsweise häufig in Wohnungen zwischen 61 und 80 qm. Ferner bewohnt jeder fünfte Mieter eine Wohnung über 80 qm (siehe Tabelle 8).

Zwei Drittel leben in einer Mietwohnung

Jene, die im Eigentum wohnen, leben oftmals in Eigentumswohnungen über 100 qm oder im Einfamilienhaus.

Tabelle 8: Wohnformen nach Stadtteilgruppe

Aktuelle Wohnform	Anteil in %
Mietwohnung/bis 40 qm	9,9
Mietwohnung/41 bis 60 qm	12,4
Mietwohnung/61 bis 80 qm	16,7
Mietwohnung/81 bis 100 qm	11,4
Mietwohnung/über 100 qm	8,7
Gemietetes Haus ⁶	6,0
Eigentumswohnung/bis 100 qm	6,3
Eigentumswohnung/über 100 qm	10,0
RH/DHH im Eigentum	8,6
Einfamilienhaus im Eigentum	10,1

Nach Wohnkaufkraftgruppen differenziert ergeben sich folgende Auffälligkeiten:

- Singles oder Paare unter 45 Jahren bewohnen allgemein sehr häufig eine Mietwohnung, Jene mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft oftmals kleinere Mietwohnungen bis 40 qm (41%); Jene mit überdurchschnittlicher Kaufkraft Mietwohnungen bis 80 qm (62%), insbesondere Mietwohnungen zwischen 41 bis 60 qm (25%).
- Singles oder Paare zwischen 45 bis unter 65 Jahren mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft bewohnen sehr häufig Mietwohnungen zwischen 61 und 80 qm (32%); Jene mit überdurchschnittlicher Kaufkraft vergleichsweise häufig größere Mietwohnungen über 100 qm (15%) oder eine Eigentumswohnung über 100 qm (21%).
- Singles oder Paare ab 65 Jahren mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft leben häufig in Mietwohnungen zwischen 61 und 80 qm (22%) oder in Eigentumswohnungen bis 100 qm (20%); Jene mit überdurchschnittlicher Kaufkraft wohnen häufig in Eigentumswohnungen über 100 qm (18%), im Reihenhaus/der Doppelhaushälfte (17%) oder im Einfamilienhaus (20%).
- Personen in Familienhaushalten mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft wohnen bevorzugt in Mietwohnungen ab 80 qm (36%); jeder Fünfte lebt auch in einer Mietwohnung zwischen 61 und 80 qm. Personen in Familienhaushalten mit überdurchschnittlicher Kaufkraft leben häufig in Mietwohnungen über 100 qm (19%), größeren Eigentumswohnungen (18%), dem Reihenhaus/der Doppelhaushälfte (17%) oder im Einfamilienhaus (16%).

Singles oder Paare bis 65 und Mehrpersonenhaushalte mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft wohnen zu großer Mehrheit in einer Mietwohnung; Singles oder Paare ab 65 Jahren und Familien - jeweils mit überdurchschnittlicher Kaufkraft - vergleichsweise häufig im Wohneigentum

⁶ Reihenhaus, Doppelhaushälfte oder Einfamilienhaus zur Miete bewohnt.

- Mehrpersonenhaushalte mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft leben häufig in Mietwohnungen zwischen 81 und 100 qm (19%); Jene mit überdurchschnittlicher Kaufkraft in Mietwohnungen und Eigentumswohnungen über 100 qm (jeweils 14%), im Reihenhaus/der Doppelhaushälfte (21%) oder im Einfamilienhaus (27%).

Fragt man Jene, die zur Miete wohnen, nach der Art des Vermieters, so zeigt sich, dass die meisten bei einem privaten Vermieter wohnen. Jeder Fünfte wohnt derzeit hingegen bei einer gewerblichen Wohnungsgesellschaft - die größte stellt hierbei die GGH dar.

Privater Vermieter dominierend

Die durchschnittliche Wohnkostenbelastung⁷ beträgt 552 Euro beziehungsweise 7,43 Euro pro qm. Am höchsten ist die Wohnkostenbelastung (absolut und pro qm) in der Stadtteilgruppe Nord (684 Euro beziehungsweise 8,31 Euro/qm), am geringsten hingegen in der Stadtteilgruppe West (481 Euro beziehungsweise 6,48 Euro/qm). Differenziert nach Wohnkaufkraftgruppen ergibt sich die höchste Wohnkostenbelastung pro Quadratmeter mit 8,55 Euro für Singles oder Paare unter 45 Jahren sowie - nach Tätigkeit unterschieden - bei Studenten (8,74 Euro/qm). Dies lässt sich unter anderem dadurch erklären, dass jüngere Singles/Paare beziehungsweise Studenten oftmals in kleineren (Miet-)Wohnungen leben und in diesen die Quadratmetermiete im Mittel deutlich höher ist als bei größeren. Die geringste Wohnkostenbelastung pro Quadratmeter resultiert für Singles oder Paare über 65 Jahre mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft (5,74 Euro/qm).

**Durchschnittliche Wohnkostenbelastung: 552 Euro (7,43 Euro/qm)
Höchste Wohnkostenbelastung in Nord sowie - gemessen an der Wohnkostenbelastung pro Quadratmeter - bei Singles oder Paaren unter 45 Jahren**

Nimmt man eine Unterscheidung nach Wohnverhältnis vor, so ergibt sich bei Jenen, die in einer Mietwohnung leben, ein Wert von circa 7,60 Euro pro Quadratmeter und bei Personen, die im Eigentum leben, eine Wohnkostenbelastung pro Quadratmeter von ungefähr 6,10 Euro.⁸

⁷ Nettokaltbelastung: monatliche Nettokaltmiete beziehungsweise bei Eigentümern monatliche Belastung aus Zinsen und Tilgung ohne Nebenkosten.

⁸ An dieser Stelle ist anzumerken, dass die Ergebnisse zur Wohnkostenbelastung durchaus von den Ergebnissen des Heidelberger Mietspiegels abweichen können. Dies ist auf die Verwendung unterschiedlicher Bezugsgrößen bei der Datenerfassung zurückzuführen, die deutlich voneinander abweichen. In der vorliegenden Untersuchung finden bei der Berechnung der Wohnkosten die Wohnverhältnisse aller der Grundgesamtheit angehörenden Personen Berücksichtigung. Demgegenüber werden für die Berechnung des Mietspiegels ausschließlich mietspiegelrelevante Wohnverhältnisse herangezogen. Dementsprechend finden Eigentumsverhältnisse bei der Mietspiegelberechnung keine Berücksichtigung. Ferner werden Mietverhältnisse nicht zur Berechnung des Mietspiegels herangezogen, wenn eines der folgenden Kriterien zutrifft: die Wohnung ist preisgebunden; es besteht eine Modernisierungsvereinbarung; es handelt sich um eine Dienst- oder Werkswohnung; es handelt sich um eine steuerbegünstigte oder freifinanzierte Bundes- beziehungsweise Landesbedienstetenwohnung, welche unter Verwendung von Wohnungsfürsorgemitteln errichtet wurde; es handelt sich um eine freifinanzierte, mit Aufwendungszuschüssen geförderte Wohnung; es handelt sich um ein Einfamilienhaus; es handelt sich um ein Zweifamilienhaus, welches vom Vermieter selbst (mit-)bewohnt wird, es handelt sich um ein einzeln vermietetes Zimmer; die Wohnung ist Teil eines Heims.

3. Wohnzufriedenheit

Ein wichtiges wohnungspolitisches Ziel ist die Sicherstellung eines hohen Maßes an Zufriedenheit breiter Bevölkerungsschichten mit den vorgefundenen Wohnbedingungen. Diesem als Wohnzufriedenheit zu bezeichnenden Sachverhalt kommt insbesondere deswegen eine hohe Relevanz zu, weil er eine wesentliche Komponente der Bindung an einen Standort darstellt (siehe Kapitel 6). Wohnzufriedenheit entsteht aus dem Abgleich zwischen den Erwartungen der Bürger (Soll-Leistung) mit der wahrgenommenen Realität (Ist-Leistung) und bemisst den Grad der Entsprechung dieser beiden Komponenten. Es handelt sich dabei um ein multidimensionales Konstrukt: Es ist eine übergeordnete Dimension, die sich wiederum aus mehreren Dimensionen zusammensetzt. Wohnzufriedenheit wurde im Folgenden auf Basis von zwei Dimensionen, im weiteren Teilbereiche genannt, gemessen:

- **Wohnqualität:** Hier wurde gefragt, wie zufrieden die Befragten mit aufgeführten Merkmalen ihrer Wohnsituation sind. Die Bewertung konnte auf einer Skala von 1 (=völlig zufrieden) bis 5 (=völlig unzufrieden) abgegeben werden.
- **Standortqualität:** Hier wurde gefragt, inwieweit in Heidelberg die Erwartungen an den Wohnstandort erfüllt werden. Die Bewertung konnte auf einer Skala von 1 (=die Erwartungen werden voll und ganz erfüllt) bis 5 (=die Erwartungen werden gar nicht erfüllt) abgegeben werden.

Um komprimierte Kennzahlen der Wohnzufriedenheit zu ermitteln, wurden basierend auf den zugehörigen Merkmalen Teilbereichsindizes berechnet, die zwischen 0 (geringstmögliche Zufriedenheit) und 100 (größtmögliche Zufriedenheit) schwanken. Die Zufriedenheitswerte sind wie folgt zu interpretieren:

- ab 75,00 Punkte: hohe Zufriedenheit
- unter 75,00 bis 68,75 Punkte: eher hohe bis mittlere Zufriedenheit
- unter 68,75 bis 62,50 Punkte: mittlere bis mäßige Zufriedenheit
- unter 62,50 bis 50,00 Punkte: (eher) geringe Zufriedenheit
- schlechter als 50,0 Punkte: sehr geringe Zufriedenheit

Bei der Berechnung wurden die zu einem Teilbereich gehörenden Indikatoren mit dem statistischen Verfahren der Regressionsanalyse gewichtet: Indikatoren, die von höherer Bedeutung für die Zufriedenheit sind, gehen mit stärkerem Gewicht in die Berechnung des jeweiligen Index ein. Anschließend wurde aus den Teilbereichen die Gesamtzufriedenheit ermittelt.

Abbildung 2: Dimensionen und Teilbereiche der Wohnzufriedenheit

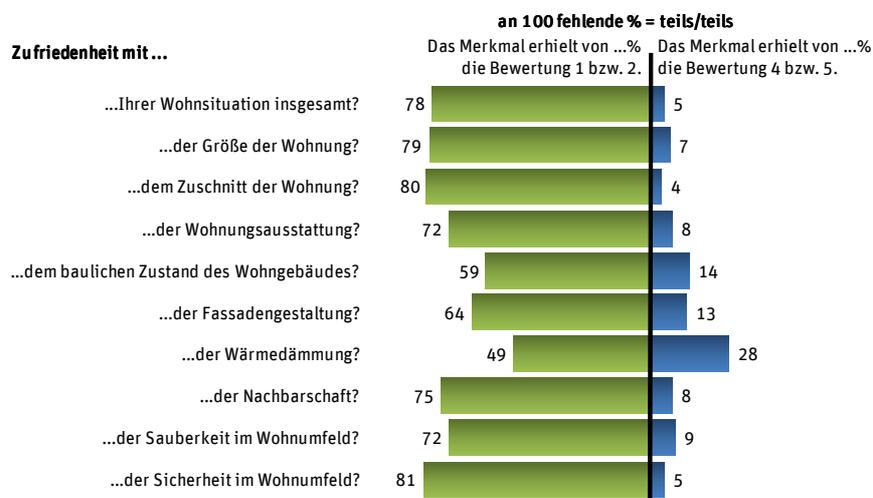


3.1. Teilbereich Wohnqualität

Mit dem Teilbereich Wohnqualität sind die Befragten insgesamt eher zufrieden: der berechnete Indexwert beträgt 74,1 Punkte (siehe Tabelle 9). Dabei wird die Sicherheit im Wohnumfeld insgesamt am besten bewertet (mit diesem Merkmal sind 81% zufrieden), dicht gefolgt von der Größe und dem Zuschnitt der Wohnung (jeweils 80% Zufriedene). Doch auch die Nachbarschaft (75% Zufriedene), die Wohnungsausstattung (72% Zufriedene) sowie die Sauberkeit im Wohnumfeld (72% Zufriedene) werden mehrheitlich positiv bewertet, während die Fassadengestaltung (64% Zufriedene) und der bauliche Zustand des Gebäudes (59% Zufriedene) eher mittlere Bewertungen erhalten. Unterdessen wird die Wärmedämmung allgemein kritisch bewertet: Nur jeder Zweite ist mit diesem Merkmal zufrieden. Vergleicht man die Befragungsergebnisse mit anderen Großstädten, so ist die Zufriedenheit mit der Sicherheit - dieses Merkmal spielt für die Wohnzufriedenheit insgesamt eine sehr wichtige Rolle - als außerordentlich hoch einzuordnen, als überdurchschnittlich positiv insgesamt auch die Nachbarschaft. Die nachfolgende Abbildung 3 zeigt die Häufigkeitsverteilung der Bewertungen der einzelnen Merkmale des Teilbereichs. Die Abbildung ist wie folgt zu interpretieren: Die grünen Balken geben die zusammengefassten Prozentwerte der Befragten wider, die für das jeweilige Merkmal die Bewertung völlig oder eher zufrieden abgegeben haben. Die blauen Balken stellen hingegen die Anteilswerte derer dar, die eine Bewertung von eher oder völlig unzufrieden abgegeben haben.

Positiv: Größe und Zuschnitt der Wohnung und vor allem Sicherheit im Wohnumfeld; Wärmedämmung vergleichsweise kritisch

Abbildung 3: Merkmale des Teilbereichs Wohnqualität



Befragte mit überdurchschnittlicher Kaufkraft offenbaren gegenüber jenen mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft mehrheitlich eine höhere Gesamtzufriedenheit, was sich auf den Teilbereich Wohnqualität zurückführen lässt. Sie sind ökonomisch befähigt, ihre Wünsche besser zu verwirklichen. Die größten Unterschiede zeigen sich hierbei bei der Bewertung des Merkmals Wohnsituation insgesamt und der Fassadengestaltung. Diese Kriterien werden von Gruppierungen mit überdurchschnittlicher Kaufkraft deutlich besser bewertet als von jenen mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft. Weiterhin zeigt sich, dass ältere Bewohner mit der Wohnqualität sehr zufrieden sind, jedoch mit der Sauberkeit und Sicherheit im Wohnumfeld vergleichsweise unzufrieden.

Hohe Zufriedenheit mit der Wohnqualität offenbaren insbesondere Befragte mit überdurchschnittlicher Kaufkraft (vor allem über 45-jährige) und jene, die im Eigentum leben

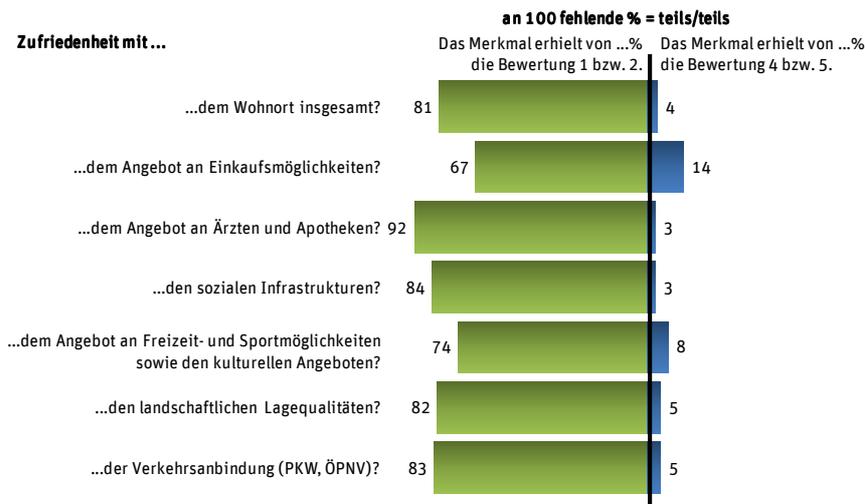
Differenziert nach dem aktuellen Wohnverhältnis zeigt sich, dass jene, die in einer Mietwohnung leben mit dem Wohngebäude (baulicher Zustand, Fassadengestaltung und Wärmedämmung) und auch der Wohnungsausstattung deutlich unzufriedener sind als jene, die im Eigentum wohnen. Demgegenüber sind bei der Standortqualität (siehe nächster Punkt) kaum Unterschiede in den Bewertungen nach Wohnverhältnis feststellbar.

3.2. Teilbereich Standortqualität

Noch positiver als der Teilbereich Wohnqualität wird die Standortqualität bewertet. Hier errechnet sich ein Teilbereichsindex von 78,0 Punkten, was als hoher Zufriedenheitswert anzusehen ist. Auf Merkmalebene ergeben sich die besten Bewertungen beim Angebot an Ärzten und Apotheken (92% Zufriedene), doch auch die landschaftlichen Lagequalitäten (82% Zufriedene), die Verkehrsanbindung (83% Zufriedene) und die sozialen Infrastrukturen (zum Beispiel Betreuungsangebot, Kindergärten, Schulen; 84% Zufriedene) erzielen sehr positive Resultate (siehe Abbildung 4). Als tendenziell ausbaufähig wird unterdessen das Angebot an Einkaufsmöglichkeiten (67% Zufriedene) bewertet. Im Vergleich zu anderen Großstädten sind die überdurchschnittlich positiven Bewertungen des Angebots an Ärzten/Apotheken, der sozialen Infrastrukturen und der landschaftlichen Lagequalitäten hervorzuheben.

Positiv: Insgesamt sehr hohe Zufriedenheit mit der Standortqualität, betrifft vor allem Angebot an Ärzten und Apotheken, landschaftliche Lagequalitäten, Verkehrsanbindung und soziale Infrastrukturen; ausbaufähig: Angebot an Einkaufsmöglichkeiten

Abbildung 4: Merkmale des Teilbereichs Standortqualität



3.3. Wohnzufriedenheit in den Stadtteilen

Im Folgenden werden Auffälligkeiten in Bezug auf die Wohnsituation und den Wohnstandort differenziert nach Stadtteilen beziehungsweise Stadtteilgruppen dargestellt. Wenn im Folgenden von über- oder unterdurchschnittlichen Resultaten die Rede ist, so ist dabei zu beachten, dass sich diese Ergebnisse auf den Vergleich der Stadtteilgruppen beziehungsweise Stadtteile untereinander beziehen.

Hierbei ist zunächst zu konstatieren, dass über alle Stadtteile hinweg eine eher hohe bis hohe Gesamtzufriedenheit der Heidelberger Wohnbevölkerung festzustellen ist. Der errechnete Indexwert bewegt sich innerhalb der Grenzen von 69,2 und 78,6 Punkten. Dies untermauert das insgesamt hohe Gesamtniveau der Wohnzufriedenheit in Heidelberg.

Die höchste Gesamtzufriedenheit äußern die Befragten der nördlichen Stadtteile Handschuhsheim und Neuenheim (siehe Tabelle 9). Dies liegt vor allem in der sehr hohen Bewertung der Standortqualität begründet, die in diesen beiden Stadtteilen - insbesondere jedoch in Handschuhsheim - am besten beurteilt wird. Ursächlich für das sehr gute Abschneiden der beiden Stadtteile sind vor allem die im Stadtteilvergleich jeweils besten Bewertungen der Merkmale Wohnort insgesamt, Angebot an Ärzten und Apotheken, soziale Infrastrukturen, Angebot an Freizeit- und Sportmöglichkeiten und kulturelles Angebot sowie - in Handschuhsheim - der Einkaufsmöglichkeiten. Auch die Wohnqualität wird in beiden Stadtteilen überdurchschnittlich bewertet, vor allem jedoch in Neuenheim. Die Nachbarschaft sowie die Sauberkeit im Wohnumfeld werden in beiden Stadtteilen besonders positiv beurteilt, in Neuenheim zusätzlich die Sicherheit.

Für die Stadtteilgruppen Mitte und Ost ergibt sich eine im Vergleich der Stadtteilgruppen ungefähr durchschnittliche Gesamtzufriedenheit.

Positiv fällt in Bezug auf die Stadtteilgruppe Ost in Ziegelhausen die beste und in Schlierbach die insgesamt zweitbeste Bewertung der Wohnqualität auf. Hierbei werden vor allem die Aspekte Größe der Wohnung, Zuschnitt der Wohnung (Schlierbach), Wohnungsausstattung, baulicher Zustand des Wohngebäudes (nur in Ziegelhausen), Fassadengestaltung (nur in Schlierbach) sowie Sauberkeit und Sicherheit (nur in Ziegelhausen) im Wohnumfeld zum Teil deutlich überdurchschnittlich bewertet. Gleichzeitig wird in Schlierbach der negativste Wert bei der Wärmedämmung erzielt. Die Standortqualität wird hingegen in beiden Stadtteilen - insbesondere jedoch in Schlierbach - unterdurchschnittlich bewertet. Die vergleichsweise kritische Bewertung dieses Teilbereichs in Schlierbach resultiert in erster Linie aus den negativen Bewertungen des Angebots an Einkaufsmöglichkeiten sowie des Angebots an Ärzten und Apotheken. Im Stadtteilvergleich werden darüber hinaus zudem das Angebot an Freizeit- und Sportmöglichkeiten/das kulturelle Angebot und die Verkehrsanbindung unterdurchschnittlich bewertet. In Ziegelhausen werden neben den Einkaufsmöglichkeiten vor allem die Verkehrsanbindung und die sozialen Infrastrukturen unterdurchschnittlich bewertet. Mit den landschaftlichen Lagequalitäten sind die Befragten in diesen Stadtteilen im Vergleich hingegen am zufriedensten.

Bei keinem Stadtteil mäßige oder niedrige Gesamtzufriedenheit feststellbar

Nord: Höchste Gesamtzufriedenheit in Handschuhsheim (betrifft vor allem Standortqualität) und Neuenheim

Ost: Überdurchschnittliche Bewertung der Wohnqualität in Schlierbach (Ausnahme: Wärmedämmung) und Ziegelhausen; vergleichsweise kritische Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten und des Angebots an Ärzten/Apotheken in Schlierbach, der Verkehrsanbindung und der sozialen Infrastrukturen in Ziegelhausen

Für die Stadtteilgruppe Mitte zeigt sich, dass der Teilbereich Standortqualität eher durchschnittlich bewertet wird (gilt insbesondere für Bergheim). Merkmale, die bei der Standortqualität besonders positiv auffallen, sind das Angebot an Freizeit- und Sportmöglichkeiten/kulturelle Angebot (vor allem in Altstadt), das Angebot an Ärzten und Apotheken sowie die sozialen Infrastrukturen (beides vor allem in Altstadt und Bergheim). Von Befragten der Altstadt erhält das Angebot an Einkaufsmöglichkeiten eine vergleichsweise kritische Bewertung, während das Gegenteil für Bergheim gilt. Der Teilbereich Wohnqualität wird hingegen leicht unterdurchschnittlich bewertet (insbesondere in der Altstadt). Kritisiert wird insbesondere die Wärmedämmung (vor allem in der Altstadt und Weststadt), sowie die Sauberkeit im Wohnumfeld (gilt für die Stadtteile Altstadt und Bergheim). Im Stadtteil Weststadt erhalten die Wohnungsausstattung und - eingeschränkt - der Gebäudezustand eine relativ kritische Wertung. In der Altstadt wird darüber hinaus der negativste Wert beim nachbarschaftlichen Umfeld erzielt.

Mitte: positive Bewertung der Standortqualität (vor allem Freizeit/Sport/Kultur, medizinische und soziale Infrastruktur); Kritik an baulichen Kriterien - insbesondere der Wärmedämmung - in allen Stadtteilen; der Sauberkeit in Altstadt und Bergheim, am nachbarschaftlichen Umfeld in Altstadt und der Wohnungsausstattung in Weststadt

In der Stadtteilgruppe West wird ein leicht unterdurchschnittlicher Gesamtzufriedenheitswert erreicht. Bei der Wohnqualität schneidet in Kirchheim und Wieblingen das nachbarschaftliche Umfeld unterdurchschnittlich ab. Die unterdurchschnittliche Bewertung der Standortqualität in Pfaffengrund ist vor allem der vergleichsweise negativen Beurteilung des Angebotes an Freizeit- und Sportmöglichkeiten beziehungsweise dem kulturellen Angebot geschuldet (das Merkmal schneidet auch in Wieblingen unterdurchschnittlich ab). In allen drei Stadtteilen werden die landschaftlichen Lagequalitäten unterdurchschnittlich bewertet. Der Stadtteil Wieblingen überzeugt durch eine gute Verkehrsanbindung. Auch werden die Einkaufsmöglichkeiten in den Stadtteilen Kirchheim und Pfaffengrund positiv eingeschätzt.

West: positive Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten in Kirchheim und Pfaffengrund sowie der Verkehrsanbindung in Wieblingen; vergleichsweise negative Bewertung von Freizeit-, Sportmöglichkeiten und kulturellem Angebot in Pfaffengrund und Wieblingen sowie allgemein der landschaftlichen Lagequalitäten

Eine ebenfalls unterdurchschnittliche Gesamtzufriedenheit ergibt sich für die Stadtteilgruppe Süd, wobei der erzielte Indexwert von 74,2 Punkten immer noch eine eher hohe Gesamtzufriedenheit widerspiegelt. Nach Stadtteilen differenziert ergibt sich für die Südstadt und Rohrbach eine überdurchschnittliche beziehungsweise eher durchschnittliche Gesamtzufriedenheit, während Boxberg und Emmertsgrund im Stadtteilvergleich die geringste beziehungsweise zweitgeringste Gesamtzufriedenheit erzielen. Dies liegt in den jeweils schlechtesten beziehungsweise zweitschlechtesten Bewertungen der Wohn- und Standortqualität begründet. Eine detaillierte Betrachtung dieser beiden Stadtteile ergibt folgende Auffälligkeiten: Bezüglich der Wohnsituation erweisen sich die Befragten weniger mit ihrer Wohnung als vielmehr mit dem Wohngebäude unzufrieden, vor allem mit dessen baulichem Zustand, der Fassadengestaltung sowie - in Boxberg - der Wärmedämmung. Darüber hinaus wird in beiden Stadtteilen die Sauberkeit und Sicherheit unterdurchschnittlich bewertet. Hinsichtlich des Wohnstandorts ergeben sich in den beiden Stadtteilen Handlungsbedarfe in Bezug auf das Angebot an Einkaufsmöglichkeiten (insbesondere in Boxberg) sowie die Freizeit- und Sportmöglichkeiten und das kulturelle Angebot (insbesondere Emmertsgrund). Als vergleichsweise negativ wird in Boxberg zudem die Verkehrsanbindung betrachtet. Als positiv ist demgegenüber in beiden Stadtteilen die Bewertung der landschaftlichen Lagequalitäten hervorzuheben.

Boxberg und Emmertsgrund: Geringste Zufriedenheit, betrifft vor allem Wohngebäude, Sauberkeit, Sicherheit, Angebot an Freizeit-, Sportmöglichkeiten/kulturelles Angebot und Einkaufsmöglichkeiten; in Boxberg zusätzlich Verkehrsanbindung und vor allem Einkaufsmöglichkeiten; positiv: landschaftliche Lagequalitäten

In der Südstadt wird beim Teilbereich Wohnqualität das soziale Umfeld (Nachbarschaft, Sauberkeit, Sicherheit) positiv bewertet, bei der Standortqualität die Verkehrsanbindung. Negativ fällt hingegen das Angebot an Einkaufsmöglichkeiten

Südstadt: positive Bewertung des sozialen Umfeldes und der Verkehrsanbindung; Rohrbach: positive Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten

möglichkeiten auf. In Rohrbach gestaltet sich die Situation bei der Wohnqualität eher unauffällig, obgleich das Sicherheitsempfinden unterdurchschnittlich eingeschätzt wird. Bei der Standortqualität fällt die sehr positive Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten auf.

Tabelle 9: Zufriedenheitsindizes nach Stadtteilgruppe und Stadtteil

	Gesamtzufriedenheit	Wohnqualität	Standortqualität
Mitte	75,1	72,7	78,8
<i>Altstadt</i>	<i>74,5</i>	<i>71,9</i>	<i>78,6</i>
<i>Bergheim</i>	<i>75,3</i>	<i>72,8</i>	<i>79,3</i>
<i>Weststadt</i>	<i>75,5</i>	<i>73,4</i>	<i>78,8</i>
Ost	75,6	77,2	73,0
<i>Schlierbach</i>	<i>73,5</i>	<i>76,7</i>	<i>68,3</i>
<i>Ziegelhausen</i>	<i>76,3</i>	<i>77,3</i>	<i>74,7</i>
Nord	78,4	75,8	82,6
<i>Handschuhshheim</i>	<i>78,4</i>	<i>75,3</i>	<i>83,2</i>
<i>Neuenheim</i>	<i>78,6</i>	<i>76,5</i>	<i>81,7</i>
West	74,7	73,5	76,5
<i>Kirchheim</i>	<i>74,7</i>	<i>73,2</i>	<i>77,1</i>
<i>Pfaffengrund</i>	<i>75,2</i>	<i>74,8</i>	<i>75,6</i>
<i>Wieblingen</i>	<i>74,2</i>	<i>72,8</i>	<i>76,3</i>
Süd	74,2	73,0	76,0
<i>Südstadt</i>	<i>76,6</i>	<i>76,3</i>	<i>77,1</i>
<i>Rohrbach</i>	<i>76,1</i>	<i>73,7</i>	<i>79,8</i>
<i>Boxberg</i>	<i>69,2</i>	<i>69,9</i>	<i>68,0</i>
<i>Emmertsgrund</i>	<i>71,2</i>	<i>70,9</i>	<i>71,6</i>
Insgesamt	75,6	74,0	78,0

4. Stärken und Schwächen des Wohnstandortes Heidelberg

Bei der Frage, was den Befragten an Heidelberg besonders gut gefällt, haben insgesamt 92 Prozent eine (positive) Nennung aufgeführt. Hiervon nannte jeweils jeder Zweite die Atmosphäre/bauliche Attraktivität sowie die Wohnlagequalitäten (siehe Tabelle 1). An dritter und vierter Stelle folgen das Kulturangebot und das soziale Umfeld/die Sozialstruktur. Weitere Punkte werden nur vereinzelt genannt.

Die Befragten schätzen an Heidelberg besonders die Atmosphäre und bauliche Attraktivität sowie die Wohnlagequalitäten

Tabelle 10: Vorteile von Heidelberg (offene Frage⁹, Mehrfachnennungen möglich)

Vorteile Heidelbergs	Anteil in %
Atmosphäre/bauliche Attraktivität	53,1
Wohnlagequalitäten	49,3
Kultur/kulturelles Angebot	12,0
soziales Umfeld/Sozialstruktur	10,8
akademisches/internationales Umfeld	8,3
Freizeit- und Sportmöglichkeiten/Naherholung	5,2
Verkehrsanbindung	5,2
Lebensqualität insgesamt	4,8
Zentralität (kurze Wege, fußläufige Erreichbarkeit)	4,1
Einkaufsmöglichkeiten	2,5
familiäre Bindung/Geburtsort	2,4
Vielseitigkeit/Vielfältigkeit	2,4
Infrastruktur allgemein	2
soziale Infrastruktur	1,6
Arbeitsplatzangebot	1,2
Fahrradfreundlichkeit	1,2
Familienfreundlichkeit	1,0
Wohnungsangebot	0,9
Gastronomie	0,6
Sonstiges	2,3

Auf die Frage, was den Befragten an der Stadt Heidelberg hingegen missfällt, wird von jedem Sechsten die Verkehrssituation genannt. Am zweithäufigsten werden hierbei die Wohnungspreise aufgeführt, wobei diese vor allem von Befragten der Stadtteilgruppen Nord und Mitte sowie von den unter 45-Jährigen mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft und den Familien kritisiert werden (siehe Tabelle 11).

Die Verkehrssituation und die Wohnungspreise missfallen den Befragten an der Stadt Heidelberg am meisten; Wohnungspreise werden vor allem von Singles oder Paaren unter 45 Jahren und Familien kritisiert

⁹ Das heißt es sind keine Antwortkategorien vorgegeben.

Tabelle 11: Nachteile von Heidelberg (offene Frage, Mehrfachnennungen möglich)

Nachteile Heidelbergs	Anteil in %
Verkehrssituation	17,8
Miet-/Wohnungspreise	12,3
Politik/Verwaltung	12,0
Baupolitik/Baustellen/Stadtentwicklung	11,5
Einkaufsmöglichkeiten	7,4
Innenstadtentwicklung	7,4
soziales Klima	6,0
Preise/Lebenshaltungskosten	5,6
ÖPNV	5,2
unzureichende Parkmöglichkeiten	5,0
fehlende Sauberkeit	4,4
Verkehrsplanung/Zustand der Straßen	4,1
soziales Umfeld	3,8
unzureichendes Wohnungsangebot (besonders für Familien)	3,8
Kleinstadt/Provinzialität	3,6
Nachteile durch Tourismus	3,4
Gestaltung/Pflege/Angebot an Grünflächen und Plätzen	3,1
Lärm/Ruhestörung in der Altstadt	3,0
Möglichkeiten für Kinder, Jugendliche, Familien, Senioren, Behinderte	2,5
Verkehrsanbindung	2,3
kulturelles Angebot	2,0
Radwege	2,0
Vernachlässigung bestimmter Stadtteile	1,9
Schulen/Betreuung	1,6
Sport- und Freizeitmöglichkeiten	1,4
Infrastruktur	1,0
Gastronomie	1,0
medizinische Infrastruktur	0,2
Sonstiges	5,3

5. Wohnwünsche allgemein

5.1. Gewünschte Wohnlage und gewünschter Stadtteil

Auf die Frage, in welcher Lage sich die Wunschwohnung befinden sollte, nennt rund jeder dritte Befragte die ruhige Stadteillage zwischen Innenstadt- und Stadtrand (insbesondere jene aus der Stadtteilgruppe West) und gut jeder Vierte die Zentrumsnähe/den Innenstadtrand (vor allem jene aus Mitte). Mehr als jeder Fünfte wünscht sich im Grünen zu wohnen, wobei dies vermehrt auf Befragte der Stadtteilgruppe Ost zutrifft (siehe Abbildung 5).

Präferenz für die ruhige Stadteillage zwischen Innenstadt- und Stadtrand, gefolgt von der Zentrumsnähe/dem Innenstadtrand; in der Innenstadt möchte nur ein geringer Anteil wohnen

Auffällig ist in diesem Kontext, dass nur sieben Prozent der Befragten in der Innenstadt leben möchten (siehe Abbildung 5).

Abbildung 5: Gewünschte Wohnlage nach Stadtteilgruppe



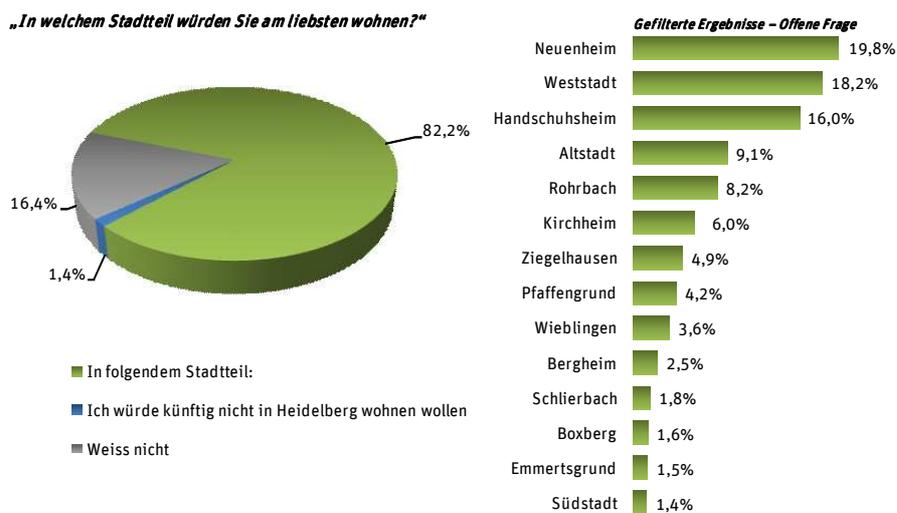
Differenziert nach Wohnkaufkraftgruppe ergeben sich bezüglich der gewünschten Wohnlage folgende Ergebnisse:

- Unter 45-jährige Singles oder Paare bevorzugen die Zentrumsnähe beziehungsweise den Innenstadtrand; dies gilt besonders für jene mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft.
- 45 bis 64-jährige Singles oder Paare bevorzugen die ruhige Stadteillage.
- Bei den ab 65-jährigen Singles oder Paaren variiert die Wohnlagepräferenz deutlich mit dem Einkommen; jene mit unterdurchschnittlichem Einkommen möchten in der ruhigen Stadteillage wohnen; jene mit überdurchschnittlichem Einkommen im Grünen.
- Für Bewohner in Familienhaushalten kommen vor allem die ruhige Stadteillage (vor allem für jene mit überdurchschnittlicher Kaufkraft), die Zentrumsnähe und überdurchschnittlich häufig auch das Stadteilzentrum in Frage.
- Bewohner in Mehrpersonenhaushalten bevorzugen die ruhige Stadteillage oder das Wohnen im Grünen.

Auf die Frage, in welchem Stadtteil die Befragten am liebsten wohnen würden, nennt jeder Fünfte Neuenheim, 18 Prozent nennen die Weststadt und 16 Prozent Handschuhshheim (siehe Abbildung 6). Neuenheim erfährt dabei nicht nur von den aktuellen Bewohnern, sondern darüber hinaus von jeweils nahezu jedem vierten Befragten aus Bergheim oder der Südstadt sowie jeweils von jedem fünften Befragten aus Wieblingen oder Schlierbach eine hohe Präferenz. Differenziert nach Kaufkraftgruppen wird Neuenheim vor allem von den unter 45-Jährigen mit überdurchschnittlicher Kaufkraft als Wunschstadtteil angegeben. Als Begründung für die Attraktivität des Stadtteils werden hierbei in erster Linie die Wohnqualitäten genannt, gefolgt von der Zentralität/Erreichbarkeit und der Atmosphäre/baulichen Attraktivität.

Neuenheim, Weststadt, Handschuhshheim als Wunschstadtteile; Neuenheim wird insbesondere von Jüngeren, Kaufkraftstärkeren bevorzugt

Abbildung 6: Stadtteilpräferenz



Auch die Weststadt wird nicht nur von den jetzigen Bewohnern als Wunschstadtteil genannt, sondern darüber hinaus von fast 40 Prozent der Befragten der Südstadt und jedem Dritten aus Boxberg. Besonders beliebt ist dieser Stadtteil bei den unter 45-Jährigen mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft, die vor allem dessen Atmosphäre und Zentralität schätzen.

Weststadt ist vor allem bei Jüngeren sehr beliebt; auch Befragte aus Südstadt und Boxberg präferieren häufig Weststadt

Handschuhshheim wird hingegen in erster Linie von Befragten desselbigen Stadtteils präferiert, vor allem von über 65-Jährigen mit überdurchschnittlicher Kaufkraft, die dies besonders häufig mit den Wohnlagequalitäten des Stadtteils und vergleichsweise häufig auch mit dem sozialen Wohnumfeld begründen.

Handschuhshheim wird vor allem von kaufkraftstärkeren Älteren geschätzt

An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass aufgrund der Frage nach dem Wunschstadtteil noch kein direkter Rückschluss darauf zulässig ist, dass dort tatsächlich eine entsprechende Wohnung nachgefragt wird. Die Möglichkeit hierzu ist stark von den jeweiligen Marktbedingungen und der jeweiligen Kaufkraft abhängig. Es gibt Stadtteile beziehungsweise Stadtteilgruppen, die sich bei zahlreichen Zielgruppen einer hohen Beliebtheit erfreuen. Gerade einkommensschwäre Haushalte werden gegebenenfalls nach einer genaueren Auseinandersetzung mit dem dortigen Preisniveau den Standortwunsch häufig nicht realisieren können oder wollen. Zudem variiert - wie auch die zielgruppenspezifische Analyse ergibt (siehe Kapitel 7.2) - die Relevanz des Faktors Wohnstandort gegenüber anderen wohnungsspezifischen Merkmalen mitunter deutlich. Die entsprechenden Zielgruppen werden oftmals standortspezifisch

die "Second-best-Lösung", zugunsten einer für ihre Belang geeigneteren/preisgünstigeren Wohnung wählen.

5.2. Ausstattungswünsche

Zunächst wurde erfragt, über welche Ausstattungsmerkmale die Wunschwohnung auf jeden Fall verfügen sollte. Aus Sicht der Befragten sollte ihre Wunschwohnung auf jeden Fall über einen Keller/ausreichende Abstellmöglichkeiten, große Fensterflächen, einen Balkon und Pkw-Stellplätze verfügen. Weitergehend sehen 44 Prozent ein Gäste-WC und knapp 40 Prozent einen Garten als zentrales Ausstattungsmerkmal an, jeweils jeder Dritte ein besonders schönes Badezimmer, hochwertige Materialien beziehungsweise eine (Dach-)Terrasse.

Jeder fünfte Befragte (insbesondere in der Stadtteilgruppe Süd) erachtet eine alten- oder behindertengerechte Wohnausstattung sowie einen Aufzug/Treppenlift als Ausstattungsmerkmal, über welches eine Wohnung auf jeden Fall verfügen sollte. Erwartungsgemäß ist das Interesse hieran bei den Befragten ab 65 Jahren sowie den 45- bis 64-Jährigen am größten. Dabei zielen ihre Wünsche vorwiegend auf einen barrierefreien Zugang zur Wohnung und eine barrierefreie Wohnung insgesamt. Rund jeder Fünfte, der eine alten- oder behindertengerechte Wohnausstattung als zentral für die Wohnungswahl ansieht, wünscht sich explizit breite Türen und circa jeder Zehnte eine bodengleiche Dusche.

In einem nächsten Schritt wurde gefragt, ob die Heidelberger auch bereit wären, für aufgeführte Zusatzausstattungen eine höhere Miete beziehungsweise einen höheren Kaufpreis zu zahlen. Generell sind zwei Drittel der Befragten bereit, eine höhere Miete beziehungsweise einen höheren Kaufpreis in Kauf zu nehmen, wobei sich jüngere Befragte unter 45 Jahren mit überdurchschnittlicher Kaufkraft besonders häufig grundsätzlich zahlungsbereit zeigen. Gegenteiliges gilt für die Älteren über 65 Jahren. Eine vermehrte zusätzliche Zahlungsbereitschaft zeigt sich für einen Balkon (vor allem bei den unter 45-Jährigen - insbesondere Jenen mit höherer Kaufkraft), gefolgt von den Ausstattungsmerkmalen viel Licht/große Fensterflächen, Keller (vor allem Singles oder Paare unter 65 Jahren mit überdurchschnittlicher Kaufkraft, Garten (Familien - vor allem mit höherer Kaufkraft) und Pkw-Stellplätzen (siehe Abbildung 7).

Wohnung sollte auf jeden Fall über Abstellmöglichkeiten, große Fensterflächen, Balkon und Pkw-Stellplätze verfügen

Bei einer alten- oder behindertengerechten Wohnungsausstattung sind vor allem der barrierefreie Zugang und die barrierefreie Wohnung zentral

Zwei Drittel geben eine generelle Zahlungsbereitschaft für Zusatzausstattung an; am häufigsten Balkon, viel Licht/große Fensterflächen gewünscht

Abbildung 7: Ausstattungswünsche mit Zahlungsbereitschaft (Mehrfachnennungen möglich)



Auch Energiesparmaßnahmen werden gewürdigt. Nahezu zwei Drittel der Befragten geben an, eine generelle Zahlungsbereitschaft für energieeffiziente Maßnahmen zu haben. Präferiert werden von ihnen vor allem energieeffiziente Heizsysteme, gefolgt von einem Wärmeverbundsystem/einer (verbesserten) Fassadendämmung und einer Thermoverglasung. Ein vergleichsweise hohes Interesse inklusive Zahlungsbereitschaft offenbaren dabei - über alle Maßnahmen hinweg - Bewohner in Familienhaushalten und Singles oder Paare unter 45 Jahren mit jeweils überdurchschnittlicher Kaufkraft.

Hohes Interesse (inklusive Zahlungsbereitschaft) an energieeffizienten Maßnahmen

6. Umzugsabsichten, Wohnwünsche nach einem Umzug und Bindungspotenziale

6.1. Umzugsabsichten

Trotz der hohen Wohnzufriedenheit spielt jeder Fünfte mit dem Gedanken in den kommenden zwei Jahren eventuell oder definitiv umzuziehen. Begründet wird der geplante Umzug häufig mit beruflichen Motiven/der Nähe zum Arbeits-/Ausbildungsplatz beziehungsweise der Beendigung des Studiums in Heidelberg oder der Wohnung (Größe, Zuschnitt). Bestimmend für Umzugsabsichten sind demnach primär persönliche Gründe und nicht generelle Mängel des Wohnstandortes Heidelberg (siehe Abbildung 8).

20 Prozent der Befragten beabsichtigen eventuell umzuziehen; vor allem berufliche und wohnungsbezogene Motive

Abbildung 8: Umzugswunsch und -motive



Besonders hoch ist der Anteil der "Umgzugsplaner" in der Stadtteilgruppe Mitte, die diesen Entschluss vergleichsweise häufig mit beruflichen Motiven, aber auch mit der Größe beziehungsweise dem Zuschnitt der Wohnung begründen, sowie in der Stadtteilgruppe Nord, wo zudem vermehrt andere familiäre/persönliche Gründe zum Tragen kommen.

Vergleichsweise viele aus Mitte möchten umziehen; relativ häufig wegen Größe/Zuschnitt der Wohnung

Erwartungsgemäß ist die Umzugsneigung bei den älteren Befragten ab 65 Jahren am geringsten ausgeprägt und wird im Falle des Falls oftmals mit gesundheitlichen beziehungsweise altersbedingten Aspekten begründet. Das Gegenteil gilt für die unter 45-Jährigen, insbesondere die Studenten, von denen jeder Fünfte eventuell beziehungsweise jeder Vierte in den nächsten zwei Jahren mit Sicherheit umziehen möchte. Die Jüngeren (vor allem jene mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft) begründen ihre Umzugspläne erwartungsgemäß in erster Linie mit beruflichen Entscheidungen, der Nähe zum Arbeitsplatz beziehungsweise der Beendigung des Studiums in Heidelberg. Bei den unter 45-Jährigen mit überdurchschnittlicher Kaufkraft spielen zudem der geplante Eigentumserwerb und - auffallend häufig im Vergleich zu anderen Gruppen - die Größe/der Zuschnitt der Wohnung eine wichtige Rolle. Eine ebenfalls überdurchschnittliche Umzugsneigung weisen Familien mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft auf - häufig begründet mit der Größe/dem Zuschnitt der Wohnung.

Jeder Dritte unter 45 Jahren beabsichtigt (eventuell) umzuziehen, vor allem aus beruflichen Gründen; für einkommensstärkere jüngere spielt der Eigentumserwerb eine vergleichsweise wichtige Rolle; vor allem Familien suchen nach größeren Wohnungen

Die Umzugsplaner wurden ferner gefragt, wohin sie nach einem Umzug ziehen möchten: Jeder Vierte beabsichtigt innerhalb des derzeitigen Stadtteils umzuziehen und 36 Prozent würden einen anderen Stadtteil innerhalb Heidelbergs wählen. Dabei fällt ihre Wahl vornehmlich auf die Stadtteile Neuenheim und Weststadt. 38 Prozent möchten mit dem Wohnungswechsel auch den Wohnort wechseln. 17 Prozent wünschen in eine andere Stadt/einen anderen Ort zu ziehen, 15 Prozent in ein anderes Bundesland und 6 Prozent der Befragten zieht es ins Ausland. Eine hohe Präferenz für den derzeitigen Stadtteil ist seitens der Befragten aus den Stadtteilgruppen West (40%) und Nord (31%) zu beobachten, obgleich auch vergleichsweise viele Umzugswillige der Stadtteilgruppe West erwägen, in einen anderen Ort/eine andere Stadt zu ziehen. Letztere sind häufig diejenigen, die ihr Studium beendet haben beziehungsweise zeitnah beenden werden. Befragte der Stadtteilgruppen Ost (54%) und Süd (50%) würden sich hingegen vermehrt für einen anderen Stadtteil innerhalb Heidelbergs entscheiden.

Auf die Frage, unter welchen Voraussetzungen die Umzugsplaner, die aus Heidelberg wegziehen möchten, dennoch in Heidelberg bleiben und nicht fortziehen würden, stellen dies über 40 Prozent in Abhängigkeit zu dem Arbeitsplatzangebot in ihrem Tätigkeitsfeld beziehungsweise dem ihres Partners. Dies trifft insbesondere auf die Umzugswilligen aus der Stadtteilgruppe Mitte zu (oftmals Jüngere, die ihre Karriere außerhalb Heidelbergs beginnen beziehungsweise fortführen). Für 14 Prozent aller Befragten ist das Mietpreisniveau fortzugsentscheidend (bei Jenen aus Nord ist es jeder Fünfte). Rund jeder Zehnte macht den Verbleib von der Veränderung der persönlichen/familiären Situation abhängig (wird häufig von Befragten aus Süd genannt). Für jeden Dritten kommt ein Verbleib in Heidelberg hingegen auf keinen Fall in Frage. Bei Befragten aus Nord trifft dies nur bei 27 Prozent zu.

6.2. Gewünschte Wohnsituation nach einem Umzug

Nimmt man bei den potenziellen Umzüglern einen Vergleich zwischen der aktuellen und der anvisierten Wohnform nach dem Umzug vor, so zeigt sich, dass die Mietwohnung auch nach einem Umzug weiterhin deutlich dominiert. Weiterhin ist eine Anteilszunahme beim Einfamilienhaus und eine Abnahme bei Mietwohnungen unter 40 qm und vor allem ab 100 qm feststellbar. Grund: Jene, die in Mietwohnungen ab 100 qm wohnen und umziehen möchten, entscheiden sich häufig nach einem Umzug in einem Einfamilienhaus zu wohnen (siehe Abbildung 9).

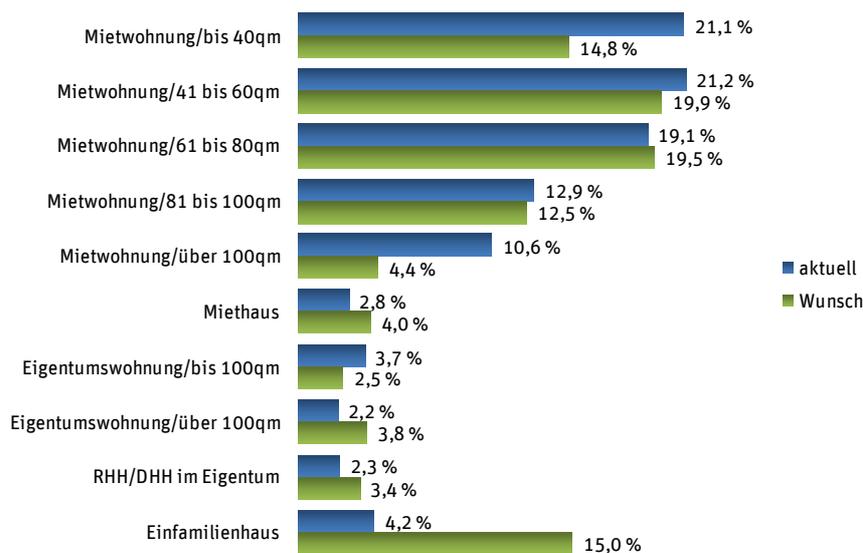
38 Prozent der Umzugsplaner beabsichtigen aus Heidelberg wegzuziehen; Jene, die den Stadtteil wechseln, möchten vor allem nach Neuenheim oder Weststadt

Befragte aus Nord wollen im Stadtteil bleiben; Jene aus Ost und Süd wollen innerhalb Heidelbergs häufig den Stadtteil wechseln

Arbeitsplatzangebot und Mietpreise dominierende Voraussetzungen für den Verbleib; vor allem Befragte aus Nord könnten durch niedrigere Miet- und Immobilienpreise an Heidelberg gebunden werden

Nach einem Umzug dominiert weiterhin die Mietwohnung; Anteilszunahme beim Einfamilienhaus

Abbildung 9: Momentaner und gewünschter Wohnungstyp im Vergleich (gefilterte Ergebnisse¹⁰)



6.3. Bindungspotenziale

Für die längerfristige nachfragegerechte Entwicklung des Wohnungsangebots ist die Frage von großer Relevanz, wie stark die Verbundenheit der Bürger gegenüber dem derzeitigen Wohnstandort ausgeprägt ist. Wird Heidelberg von seinen Einwohnern als vorübergehender Wohnstandort betrachtet oder plant man, längerfristig dort zu wohnen? Bei einer geringen Bindung an den Wohnstandort ist mit einer erhöhten Zu- und Abwanderungsfrequenz zu rechnen.

Basierend auf der Messung der Wohnzufriedenheit, der Fragestellung, ob man in den nächsten beiden Jahren umziehen möchte, und wohin man in diesem Fall ziehen möchte (insbesondere ob man nach einem Umzug weiterhin in Heidelberg wohnen möchte), können wir die Potenziale abschätzen, Bewohnergruppen (langfristig) an Heidelberg zu binden (=Bindungspotenziale).

Insgesamt können die Bindungspotenziale bei circa zwei Drittel als (eher) hoch eingestuft werden. Die mit Abstand stärkste Bindung ergibt sich für die Stadtteilgruppe Nord. Bei der Stadtteilgruppe Ost ergibt sich ebenfalls eine überdurchschnittliche Bindung, wobei dies vor allem für Schlierbach gilt. In West ist diese leicht unterdurchschnittlich ausgeprägt.

Stärkste Bindungspotenziale innerhalb der Stadtteilgruppe Nord, geringste in Süd (außer Rohrbach) und Altstadt

Für Mitte und Süd ergibt sich insgesamt eine unterdurchschnittliche Bindung, wobei dies innerhalb der jeweiligen Stadtteilgruppe stark differiert.

In Mitte ist diese in Bergheim und Weststadt durchschnittlich beziehungsweise leicht unterdurchschnittlich, in Altstadt deutlich unterdurchschnittlich ausgeprägt.

Bei der Stadtteilgruppe Süd sind die Bindungspotenziale in Südstadt, Boxberg und vor allem Emmertsgrund unterdurchschnittlich ausgeprägt. Das Gegenteil gilt für Rohrbach (siehe Tabelle 12).

¹⁰ Betrifft nur Umzugsplaner.

Tabelle 12: Bindungspotenziale nach Stadtteilgruppe und Stadtteil (Anteile in %)

	sehr hoch	eher hoch	durchschnittlich	eher gering	sehr gering
Mitte	36,2	23,8	15,7	18	6,3
<i>Altstadt</i>	29,8	26,6	12,7	17,8	13
<i>Bergheim</i>	39,4	23,4	15,7	20,8	0,7
<i>Weststadt</i>	39,8	21,6	18,3	16,6	3,8
Ost	43,8	25,6	18,3	9,2	3,1
<i>Schlierbach</i>	45,2	27,6	9,7	16,5	1,0
<i>Ziegelhausen</i>	43,4	24,9	21,2	6,7	3,8
Nord	49,2	25,1	9,9	10,1	5,7
<i>Handschuhsheim</i>	49,9	22,8	12,9	9,4	5,0
<i>Neuenheim</i>	48,4	28,1	6,0	10,9	6,6
West	43,6	17,4	15,0	21,1	2,9
<i>Kirchheim</i>	44,1	18,1	13,2	21,2	3,5
<i>Pfaffengrund</i>	45,1	16,6	13,6	23,8	0,9
<i>Wieblingen</i>	41,7	16,9	19,2	18,6	3,6
Süd	41,5	18,0	17,3	17,6	5,6
<i>Südstadt</i>	43,8	10,4	25,5	16,1	4,2
<i>Rohrbach</i>	47,8	19,8	12,0	14,4	6,1
<i>Boxberg</i>	29,1	23,5	23,1	22,2	2,1
<i>Emmertsgrund</i>	32,8	15,5	21,0	23,2	7,5
Insgesamt	42,8	21,4	14,8	16,1	4,9

Nimmt man eine Differenzierung nach Wohnkaufkraftgruppen vor, so ergeben sich deutlich unterdurchschnittliche Bindungspotenziale bei Singles oder Paaren unter 45 Jahren - vor allem Jenen mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft. Bei den 45- bis unter 65-Jährigen Singles oder Paaren und den Familien differiert die Bindung stark nach Kaufkraft. Bei Jenen mit höherer Kaufkraft ist diese überdurchschnittlich, bei Jenen mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft unterdurchschnittlich. Die ab 65-Jährigen sind allgemein sehr stark gebunden, vor allem Jene mit höherer Kaufkraft.

Starke Bindung bei Älteren - vor allem Jene mit höherer Kaufkraft; unterdurchschnittliche Bindung bei Familien und Postfamiliären mit unterdurchschnittlicher Kaufkraft und vor allem bei jüngeren Zielgruppen

7. Das WohnMatrix-Modell

7.1. Wohnkonzepte in Heidelberg

Ein elementarer Baustein dieser Studie war die Bildung wohnungswirtschaftlicher Nachfragergruppen. Um die in der Realität beobachtbaren unterschiedlichen Wohn- und Lebensformen differenziert abzubilden, reichen jedoch soziostrukturelle und -ökonomische Merkmale wie Alter, Haushaltsgröße und Einkommen alleine nicht mehr aus. Daher hat die InWIS Forschung & Beratung GmbH aufbauend auf lebensstil-/milieuspezifischen Untersuchungen im Rahmen der Studie "Wohntrends 2020"¹¹ sechs unterschiedliche Wohnkonzepte identifiziert, die neben den traditionellen Determinanten der Wohnungsnachfrage "Altersstruktur/Haushaltstyp" und "Wohnkaufkraft" diese ideelle Dimension der Nachfrage bilden. Die sechs Wohnkonzepte bilden unterschiedliche Nachfragertypen ab und tragen damit der gesellschaftlichen Pluralisierung Rechnung. Durch den Begriff "Wohnkonzept" wird ausgedrückt, dass es sich nicht um spontane Wünsche der Haushalte oder Moden handelt, sondern um eher langfristig angelegte subjektive Orientierungen, die aber auch die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit berücksichtigen.

Aufgabe des Modells ist es dabei nicht nur diese lebensstilspezifische Segmentierung vorzunehmen, sondern damit auch eine handlungsorientierte Verknüpfung zum Wohnungsangebot zu schaffen. Die WohnMatrix ist damit vor allem für Wohnungsanbieter interessant, aber auch für Städte, die das Ziel einer aktiven, zielgruppenorientierten Stadtentwicklung verfolgen. Die bundesweite Studie hat dabei deutlich gezeigt, dass die quantitative Verteilung der Wohnkonzepte regional, aber auch lokal erheblich differiert.

¹¹ Quelle: GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen e.V. (2008): Wohntrends 2020, Berlin.

Die sechs Wohnkonzepte lassen sich wie folgt charakterisieren:



Herausragendes Merkmal der Haushalte mit diesem eher konservativ geprägten Konzept ist die hohe Lebenszufriedenheit. Wirtschaftlich und gesellschaftlich wurde das erreicht, was man angestrebt hat. Das wird auch gerne nach Außen dargestellt. Obwohl eine vorsichtige Offenheit gegenüber neuen Entwicklungen besteht, ist die Zufriedenheit mit der jetzigen Situation sehr hoch und der Veränderungswunsch nicht sehr ausgeprägt. Es besteht ein großes Interesse an gesellschaftspolitischen Fragen und Entwicklungen. Die Bedeutung der konventionell-situierten und der solide-bescheidenen Wohnkonzepte wird im Zeitablauf abnehmen. Für den Rückgang der beiden Gruppen, die stark bei Senioren vertreten sind, sind im Wesentlichen Veränderungen in der Anspruchshaltung bei künftigen Älteren verantwortlich.



Diese politisch eher progressive und lifestyle-orientierte Gruppe ist sehr offen gegenüber unterschiedlichen Entwicklungen und Eindrücken sowie sehr kommunikativ. Das Leben spielt sich in der Gemeinschaft ab. Dabei werden neben persönlichen Kontakten auch virtuelle Netzwerke gepflegt. Wichtig ist das urbane Umfeld, das unterschiedliche Freizeit- und Kontaktmöglichkeiten bietet. Werte wie Ordnung, Status und Religiosität sind von nachgeordneter Bedeutung. Das kommunikativ-dynamische Wohnkonzept wird an Bedeutung zunehmen, weil immer mehr ältere Haushalte diese Vorstellung aus ihren jüngeren Jahren "mitnehmen".



Diese Gruppe ist stark nach innen orientiert, jedoch auch gleichzeitig fest in (realen) Nachbarschaften und sozialen Netzwerken integriert. Familiäre Werte bilden den zentralen Bezugspunkt, sie sind bestimmend für den Bedarf an Wohnraum und Infrastruktur. Die Orientierung auf den Beruf ist nachrangig. Für die jüngeren Haushalte dieser Gruppe haben zudem klassisch konservative Werte wie Ordnung und Kontinuität an Bedeutung verloren, wobei die älteren Haushalte diese weiterhin schätzen. Der Anteil der Haushalte mit einem häuslich-familiär ausgerichteten Wohnkonzept dürfte künftig stagnieren.



Leistung ist das zentrale Credo dieser in Teilen sehr intellektuell geprägten Gruppe. Es werden hohe Anforderungen an die Wohnsituation und das Wohnumfeld gestellt. Man ist vielseitig interessiert, kulturell oder sportlich unterwegs. Optimierungsbestrebungen, die auch gesellschaftlichen Aufstieg repräsentieren sollen, führen häufiger zu Veränderungen der Lebens- und Wohnsituation. Die Bedeutung der Anspruchsvollen wird künftig voraussichtlich zunehmen.



Diese bürgerlich geprägten Haushalte sind zufrieden mit ihrer Lebenssituation und schätzen einen geordneten Alltag. Die Ansprüche an die Umwelt sind gering, das Leben eher nach innen gerichtet. Das Fernsehprogramm - altersabhängig Volksmusiksendungen oder modernere Trivialität - nimmt einen zentralen Platz ein. Man gibt sich gegebenenfalls auch mit weniger zufrieden und arrangiert sich mit dem, was man hat. Die Wohnmobilität ist sehr gering. Das fortschreitende Alter vieler Haushalte wird jedoch früher oder später eine Anpassung der Wohnsituation erfordern.



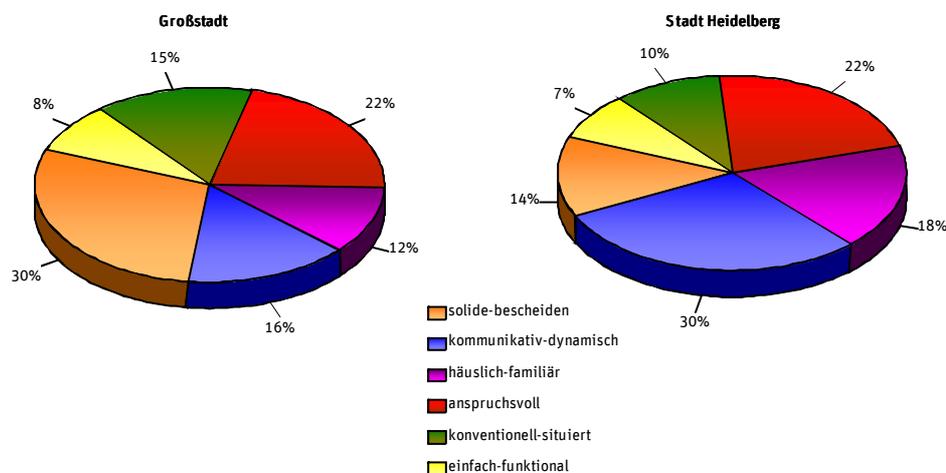
Diese Gruppe ist mit ihrer Lebenssituation häufig nicht zufrieden, es fehlen aber die materiellen und sonstigen Optionen zur Verbesserung der Lebenslage. Es besteht eine ausgeprägte Skepsis gegenüber Neuem und Fremdem. Das einfach-funktionale Konzept wird sich durch die Zunahme einkommensschwacher Haushalte künftig etwas verbreitern.

Zusammensetzung der Wohnbevölkerung Heidelbergs nach Wohnkonzepten

Derzeit verfolgen 14 Prozent der Befragten ein solide-bescheidenes, 30 Prozent ein kommunikativ-dynamisches, 18 Prozent ein häuslich-familiäres, 22 Prozent ein anspruchsvolles, 10 Prozent ein konventionell-situiertes und 7 Prozent ein einfach-funktionales Wohnkonzept. Im Vergleich zur Verteilung in deutschen Großstädten fällt für die Stadt Heidelberg der sehr hohe Anteil Kommunikativ-dynamischer und auch der überdurchschnittliche Anteil Häuslich-familiärer auf. Demgegenüber sind solide-bescheidene Wohnkonzepte in deutlich geringerem Umfang präsent als in deutschen Großstädten (siehe Abbildung 10).

Kommunikativ-dynamische und Häuslich-familiäre vergleichsweise häufig in Heidelberg vertreten

Abbildung 10: Zusammensetzung der Wohnbevölkerung Heidelbergs nach Wohnkonzepten



Mit der Struktur der Heidelberger Bevölkerung sind sowohl hohe Chancen als auch Risiken verbunden. Die längerfristige Bindung - vor allem der jungen Gruppe der Kommunikativ-dynamischen - bietet zunächst die Chance die demographische Entwicklung abzumildern, und zwar in zweierlei Hinsicht:

- Von der jüngeren Bevölkerung gehen - wenn diese gebunden werden - langfristig positive Effekte auf die Bevölkerungsentwicklung aus, da diese oftmals noch Nachwuchs bekommen.
- Da die natürliche Bevölkerungsentwicklung für Städte und Kommunen schwer beeinflussbar ist, ist das Wanderungsverhalten entscheidender Faktor zur Abschwächung des Bevölkerungsrückgangs, welcher in Heidelberg circa ab dem Jahr 2030 einsetzen wird. Wenn die Attraktivität für die wachsenden Gruppen der Kommunikativ-dynamischen und Anspruchsvollen aufrecht erhalten beziehungsweise weiter ausgebaut wird und man verstärkt diese Zielgruppen auch als Neubürger gewinnen kann, kann die demographische Entwicklung in Heidelberg abgeschwächt werden.

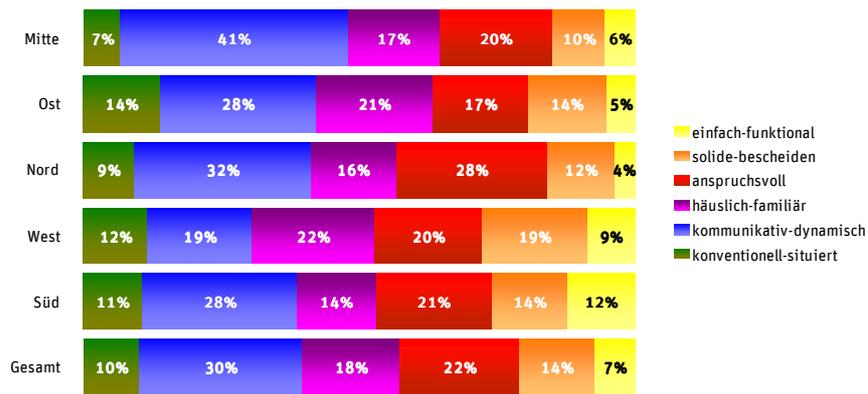
Weiterhin verbirgt sich hinter den stark vertretenen Zielgruppen ein hohes ökonomisches Potenzial. Die Kommunikativ-dynamischen und Anspruchsvollen, die berufstätig sind, verfügen bereits über eine überdurchschnittliche Kaufkraft. Jene, die noch studieren, werden künftig über eine hohe Kaufkraft verfügen.

An die Bindung dieser Zielgruppen knüpft sich allerdings die Bedingung sehr gut ausgeprägter infrastruktureller Voraussetzungen, positiver Wohnumfeldkriterien und dass ein passendes Wohnungsangebot existiert. Die Risiken, die sich nämlich mit der zielgruppenspezifischen Zusammensetzung verbinden, sind, dass es sich um sehr mobile (dies gilt besonders für die Kommunikativ-dynamischen) und anspruchsvollere Gruppen handelt, welche in der Zukunft auf dem Wohnungsmarkt zudem an Bedeutung gewinnen werden. Hieraus resultieren wesentliche künftige Herausforderungen unter anderem in Bezug auf Sanierungen und Modernisierungen von Altbeständen sowie für den Neubau von Immobilien. Denn: Können die Anforderungen der relevanten Zielgruppen in Heidelberg nicht befriedigt werden, so werden viele davon den Standort Heidelberg (mittel- oder längerfristig) verlassen. Dies wird in den weiteren Ausführungen noch verdeutlicht.

Differenziert nach den fünf Stadtteilgruppen ist ein überdurchschnittlicher Anteil an kommunikativ-dynamischen Wohnkonzepten in der Stadtteilgruppe Mitte auffällig, gefolgt von einem erhöhten Anteil in der Stadtteilgruppe Nord. Für die Stadtteilgruppe Nord ist weitergehend ein erhöhter Anteil anspruchsvoller Wohnkonzepte auffällig. Häuslich-familiäre Wohnkonzepte treten vergleichsweise häufig in den Stadtteilgruppen Ost und West auf. Zudem verfolgen Befragte der Stadtteilgruppe West vergleichsweise häufig ein solide-bescheidenes Wohnkonzept. Einfach-funktionale treten in deutlich erhöhtem Umfang in der Stadtteilgruppe Süd auf (siehe Abbildung 11).

Kommunikativ-dynamische häufig in Mitte, Anspruchsvolle in Nord, Häuslich-familiäre in Ost und West, Einfach-funktionale in Süd

Abbildung 11: Zusammensetzung der Wohnbevölkerung Heidelbergs nach Stadtteilgruppe



Im Folgenden werden die sechs Wohnkonzepte in Profilform dargestellt.

Tabelle 13: Profile der Wohnkonzepte

Bereich	Kommunikativ-Dynamisch	Häuslich-familiäre	Anspruchsvolle	Solide-bescheidene	Konventionell-situiertere	Einfach-funktionale
Anteil in %	29,6	17,6	21,7	13,7	10,0	7,4
Soziodemographie/-ökonomie	Unterdurchschnittliches Alter, überdurchschnittliche Kaufkraft	Unterdurchschnittliches Alter, deutlich unterdurchschnittliche Kaufkraft	Unterdurchschnittliches Alter, Großteils Berufstätige, überdurchschnittliche Kaufkraft	Höchstes Alter aller Wohnkonzepte, überwiegend Rentner, leicht unterdurchschnittliche Kaufkraft	Dritthöchstes Durchschnittsalter, vergleichsweise häufig Rentner, durchschnittliche Kaufkraft	Zweithöchstes Durchschnittsalter, vergleichsweise viele Rentner, mit Abstand geringste Kaufkraft
Häufig in...	Mitte (vor allem Altstadt, Weststadt) und Nord (vor allem Handschuhshausheim)	Ost (vor allem Ziegelhausen) und vor allem West (Pfaffengrund, Wieblingen)	Nord (vor allem Neuenheim) und Stadtteile Bergheim, Kirchheim und Schlierbach	West (vor allem Kirchheim und Pfaffengrund)	Ost (vor allem Ziegelhausen) und Wieblingen	Süd (Emmertgrund und vor allem Boxberg)
Wohnungstyp momentan	Mietwohnungen unter 40 qm und über 80 qm	Vergleichsweise häufig im Miethaus oder der Eigentumswohnung unter 100 qm	Mietwohnungen generell (vor allem bis 80 qm)	Vergleichsweise häufig im Wohneigentum (vor allem Einfamilienhaus) oder Mietwohnungen 61 bis 80 qm	Sehr häufig im Wohneigentum oder Mietwohnungen über 100 qm	Häufig Mietwohnungen unter 80 qm (vor allem 41 bis 60 qm)
Wohnkosten (Netto) pro qm und Monat momentan	7,80 Euro/qm	7,00 Euro/qm	7,80 Euro/qm	6,20 Euro/qm	6,80 Euro/qm	6,10 Euro/qm
Wohnzufriedenheit	Leicht überdurchschnittliche Wohnzufriedenheit (betrifft vor allem Wohnort insgesamt)	Leicht überdurchschnittliche Wohnzufriedenheit	Durchschnittliche Wohnzufriedenheit	Durchschnittliche Wohnzufriedenheit; jedoch unterdurchschnittliche Zufriedenheit mit der Sicherheit und vor allem der Sauberkeit im Wohnumfeld	Höchste Wohnzufriedenheit (alle Merkmale der Wohnung/des Wohngebäudes)	Mit Abstand geringste Wohnzufriedenheit: Wohnsituation (vor allem Größe, Wärmedämmung) sowie Wohnstandort (vor allem Angebot an Freizeit-/ Sportmöglichkeiten sowie kulturelles Angebot) gleichermaßen
Ausstattungsmerkmale mit zusätzlicher Zahlungsbereitschaft	Generell hohe Zahlungsbereitschaft: Balkon, Terrasse/Dachterrasse, viel Licht/große Fensterflächen, Stellplatz, hochwertige Materialien, Gäste-WC, hohes Interesse an energetischen Maßnahmen	Durchschnittliche Zahlungsbereitschaft: Terrasse/Dachterrasse, Garten, Stellplatz, schönes Badezimmer	Generell hohe Zahlungsbereitschaft: Balkon, Garten, Terrasse/Dachterrasse, hochwertige Materialien, hohes Interesse an energetischen Maßnahmen	Unterdurchschnittliche Zahlungsbereitschaft und Interesse: Alten- und oder behindertengerechte Ausstattung, Aufzug/Treppenlift; geringstes Interesse an Energiesparmaßnahmen	Durchschnittliche Zahlungsbereitschaft: Stellplatz, besonders schönes Badezimmer, Gäste-WC, Garten, Keller, Aufzug/Treppenlift, alten- und/oder behindertengerechte Ausstattung, hochwertigen Materialien	Geringstes Interesse: alten- und/oder behindertengerechte Ausstattung einzig von vermehrtem Interesse
Gewünschter Stadtteil	Neuenheim, Weststadt, Handschuhshausheim, Altstadt	Vergleichsweise häufig Weststadt und Pfaffengrund	Neuenheim, Weststadt	Vergleichsweise häufig Kirchheim, Pfaffengrund, Ziegelhausen	Rohrbach, Wieblingen	Vor allem Rohrbach, Boxberg

Bereich	Kommunikativ-Dynamisch	Häuslich-familiäre	Anspruchsvolle	Solide-bescheidene	Konventionell-situierte	Einfach-funktionale
Gewünschte Wohnlage	Urban, vor allem Zentrumsnähe/ Innenstadtrand	Zentrumsnähe/Innenstadtrand, Stadtteilzentrum oder im Grünen	Zentrumsnähe/Innenstadtrand	Ruhige Stadteillage oder im Grünen	Vergleichsweise häufig im Grünen oder ruhige Stadteillage	Ruhige Stadteillage oder im Grünen
Bindung: Umzugsabsichten	Deutlich unterdurchschnittliche Bindung; ein vergleichsweise hoher Anteil möchte umziehen (25%), häufig aus beruflichen Gründen	Durchschnittliche Bindung; durchschnittlich viele möchten umziehen, wenn dann ver- gleichsweise häufig wegen Eigentumsbildung	Unterdurchschnittliche Bindung; ein vergleichsweise hoher Anteil möchte umziehen (26%), vergleichsweise häufig wegen der Wohnung (Größe, Zuschnitt) und aus beruflichen Gründen	Überdurchschnittliche Bindung; geringer Anteil „potenzieller Umzügler“ (8%)	Überdurchschnittliche Bindung; gerin- ger Anteil „potenzieller Umzügler“ (8%)	Geringste Bindung; durch- schnittliche Umzugsbereit- schaft
Gewünschter Wohnungstyp nach dem Umzug	Insgesamt vergleichsweise häufig Mietwohnungen zwischen 41 und 80 qm	Einfamilienhaus, Reihen- haus/Doppelhaushälfte im Eigentum, Miethaus, Mietwoh- nungen ab 80 qm, jedoch auch kleinere Mietwohnungen	Einfamilienhaus und Mietwohnungen zwischen 61 und 80 qm	Mietwohnung 41 bis 60 qm, gefolgt von Mietwohnungen zwischen 61 und 80 qm	Reihenhaus/Doppelhaushälfte, Einfami- lienhaus, Mietwohnung 61 bis 80 qm	Mietwohnung 61 bis 80 qm oder bis 40 qm
Zahlungsbereitschaft nach dem Umzug	Überdurchschnittliche Zahlungsbe- reitschaft	Durchschnittliche Zahlungsbe- reitschaft	Überdurchschnittliche Zahlungsbereit- schaft	Deutlich unterdurchschnitt- lich	Durchschnittliche Zahlungsbereit- schaft	Deutlich unterdurchschnittli- che Zahlungsbereitschaft

7.2. Wohntypen in Heidelberg

Im nächsten Kapitel wird es darum gehen, aus bereits dargestellten und weiteren Erkenntnissen Handlungsbedarfe abzuleiten. Vor allem um zielgruppenspezifische Handlungsbedarfe zu identifizieren, wurden zunächst wohnungswirtschaftliche Ziel-/Nachfragergruppen - diese werden im Folgenden Wohntypen genannt - gebildet. Grundlage hierfür bildet die WohnMatrix. Diese verknüpft die drei Dimensionen (Alter/Haushaltskonstellation, Einkommen, Wohnkonzepte) miteinander und ordnet den einzelnen Kombinationen jeweils spezifische Wohnungstypen zu. Es wird so ganz konkret aufgezeigt, welche Anforderungen jeweils im Hinblick auf Wohnungsart, Größe, Ausstattung, Wohnstandort und Serviceleistungen bestehen.

Die erste Ziffer eines nachgefragten Wohnungstyps wird bestimmt durch die Wohnkonzepte (siehe Kapitel 7.1).

Durch die Kombination der Wohnkonzepte mit den Merkmalen Altersgruppe/Haushaltstyp und Wohnkaufkraft können nun wohnungswirtschaftliche Zielgruppen beziehungsweise Wohntypen gebildet werden (siehe Abbildung 12).

Abbildung 12: WohnMatrix

wohnmatrix		1 Konventionell-situierendes Wohnkonzept	2 Kommunikativ-dynamisches Wohnkonzept	3 Häuslich-familiäres Wohnkonzept	4 Anspruchsvolles Wohnkonzept	5 Solide-bescheidenes Wohnkonzept	6 Einfach-funktionales Wohnkonzept
Altersgruppe/ Haushaltstyp	Wohnkaufkraft niedrig = ★ mittel = ★★ hoch = ★★★	Nachgefragte Wohnungstypen					
18-30*	★★★	-	201	301	401	-	-
	★★★	-	202	302	402	-	-
30-45*	★★★	-	203	-	-	-	601
	★★★	-	204	303, 304	403	501	-
	★★★	-	205	-	403	-	-
45-65*	★★★	101	-	-	-	502	602
	★★★	102	-	303, 304	404	503	-
	★★★	102	-	-	405	504	-
65+*	★★★	103	-	-	-	505	603
	★★★	104	-	-	-	506	604
*Singles und Paare	★★★	-	-	-	406	507	-
Familien/ Allein- erziehende	★★★	-	-	305	407	508	605
	★★★	105	206	305	408	508	-
	★★★	-	207	306	408	-	-
Mehr- personen- haushalt	★★★	-	201	307	409	509	-
	★★★	102	208	308	410	510	-
	★★★	-	209	308	410	-	-

Im Detail impliziert dies beispielsweise, dass die anspruchsvollen Singles oder Paare zwischen 30 und 45 Jahren mit mittlerer oder hoher Kaufkraft den Wohnungstyp 403 besonders nachfragen. Dahinter verbirgt sich wiederum eine spezifische Wohnnachfrage (betrifft Wohnlage, Wohnumfeld, Preissegment, Wohnungsausstattung et cetera).

Die oben aufgeführte WohnMatrix stellt eine wichtige Grundlage dar, um wohnungswirtschaftliche Ziel-/Nachfragergruppen abzubilden. Jedoch ist es nicht zielführend mit der sehr hohen Anzahl an möglichen Nachfragergruppen zu operieren. Dies kann zunächst durch die Fallzahlen begründet werden. Einige mögliche Kombinationen aus Alter, Haushaltszusammensetzung, Wohnkaufkraft, Wohnkonzept sind in Heidelberg gering besetzt; statistisch valide Aussagen wären hier nicht möglich. Darüber hinaus ist - um Handlungsbedarfe abzuleiten - auch die gebietspezifische Analyse von hohem Interesse. Deshalb wurde untersucht, inwieweit sich die gebildeten wohnungswirtschaftlichen Nachfragergruppen in den Gebieten, in denen sie häufig präsent sind, unterscheiden. Hierfür ist bei den einzelnen Ziel-/Nachfragergruppen ebenfalls eine ausreichende Fallzahl nötig. Weiterhin zeigt sich, dass sich einige Nachfragergruppen - vor allem in ihren Wohnwünschen - stark ähneln. Die hohe Anzahl möglicher Ziel-/Nachfragergruppen wären kaum sinnvoll abgrenzbar.

Im vorliegenden Fall wurden basierend auf allen möglichen Kombinationen 20 Ziel-/Nachfragergruppen gebildet. Wie in Abbildung 16 ersichtlich sind einige Felder unbesetzt, beispielsweise Kommunikativ-dynamische zwischen 45 und 65 Jahren. Grund: Die WohnMatrix wurde basierend auf einer bundesweiten Studie/Befragung erstellt. Die entsprechenden Nachfragergruppen sind/waren aufgrund des sehr geringen Anteils an der bundesweiten Bevölkerung zu vernachlässigen gewesen. Anders in Heidelberg. Hier machen beispielsweise die 45- bis 65-Jährigen mit einem kommunikativ-dynamischen Wohnkonzept fast 9 Prozent der Bevölkerung aus und wurden demnach als eine Zielgruppe berücksichtigt.

Bevor ein Fazit gezogen und abgeleitete Handlungsbedarfe benannt werden, werden die Wohntypen nach folgendem Schema charakterisiert¹²:

- Kurzprofil: Zusammensetzung der Zielgruppe, Anteil an der erwachsenen Gesamtbevölkerung, momentane und gewünschte Wohnsituation¹³; hier zur Erläuterung:
 - kleine Mietwohnung: bis 60 qm
 - mittelgroße Mietwohnung: ab 61 bis 80 qm
 - große Mietwohnung: ab 81 qm
- Lebensstil
- Wohnzufriedenheit und Wohnwünsche
- Push- und Pullfaktoren Heidelbergs aus Sicht der Zielgruppe
- Bindung an Heidelberg, Umzugspläne

Bei der folgenden Charakterisierung der Zielgruppen werden neben den Ergebnissen der Befragung in Heidelberg auch Erkenntnisse aus weiteren InWIS-Studien berücksichtigt.

¹² Wenn bei einer Zielgruppe zu den aufgeführten Punkten keine Erläuterungen angegeben wurden, dann waren die diesbezüglichen Ergebnisse unauffällig.

¹³ Um die gewünschte Wohnform abzubilden, wurde wie folgt vorgegangen: Jenen, die nicht umziehen möchten wurde die aktuelle Wohnform zugeordnet; Jenen, die umziehen möchten wurden die nach einem Umzug anvisierte Wohnform zugeordnet. Da vor allem Ältere eine geringe Mobilität aufweisen, ergibt sich bezogen auf die Wohnform eine starke Übereinstimmung zwischen Ist und Soll.

Zielgruppe 1: Dynamische Studenten

- **Studenten mit einem kommunikativ-dynamischen Wohnkonzept (WohnMatrix: zumeist Feld 201); Durchschnittsalter: 25,6 Jahre; 6,1% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Kleine Mietwohnungen (bis 40 qm) in Mitte (vor allem Altstadt, Weststadt)**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Kleine Mietwohnungen in Mitte (vor allem Weststadt, Altstadt)**

Bei dieser Zielgruppe handelt es sich um eher progressiv eingestellte und sehr kommunikative Personen, welche mit ihrem Studium auch einen gewissen „studentischen Lifestyle“ verbinden. Dieser äußert sich vor allem darin, dass die Gestaltung der Freizeit einen besonderen Stellenwert einnimmt: man verkehrt in Szenekneipen, Diskotheken, durchaus auch bei Kulturveranstaltungen wie Lesungen und Poetry-Slams sowie bei Sportveranstaltungen. Mit seiner Lebenssituation ist man sehr zufrieden und auch die eigene wirtschaftliche Lage wird im Vergleich der studentischen Zielgruppen auffallend positiv bewertet, auch wenn diese Zielgruppe eher einkommensschwach ist.

Da sich das Leben dieser Zielgruppe im Vergleich zu anderen Gruppen vermehrt außerhalb der Wohnung abspielt, werden keine hohen Anforderungen an die Wohnung gestellt. Man wohnt zumeist in kleinen, einfach aber modisch ausgestatteten Wohnungen und gibt sich zum Beispiel mit einer Kochnische als Küche zufrieden. Ferner lebt dieser Typ im Vergleich zu anderen studentischen Zielgruppen am häufigsten in Wohngemeinschaften. Da man in qualitativ eher weniger hochwertigen Wohnungen lebt, ist man mit der Wohnqualität (betrifft vor allem Wärmedämmung, Wohnungsausstattung) weniger zufrieden.

In Bezug auf die Ansprüche an eine Wohnung ist diesem Typus vor allem die Ausstattung der Wohnung mit Informationstechnologien und die Möglichkeit, von zuhause aus arbeiten zu können von Bedeutung. Wichtiger als die Wohnung selbst ist die Lage der Wohnung: hier wird ein urbanes und eher tolerantes Umfeld bevorzugt.

An Heidelberg schätzt diese Gruppe vor allem die Atmosphäre/das akademische Umfeld, die sport- und freizeitorientierte Infrastruktur und auch die Zentralität („Es ist alles gut erreichbar“). Man kritisiert an Heidelberg vergleichsweise häufig das soziale Klima („Ständige Beschwerden in der Altstadt sind unangemessen“) und den ÖPNV („Abends fahren nur wenige Busse“).

Dynamische Studenten sind sehr flexibel und mobil, die Bindung an den Wohnstandort ist vergleichsweise gering. Als Umzugsgrund werden – neben beruflichen Motiven – häufig auch die Mietpreise in Heidelberg und die Wohnungsgröße aufgeführt. Für ihren Verbleib in Heidelberg über die Studienzeit hinaus spielen vor allem Arbeitsmarktperspektiven eine Rolle.

Zielgruppe 2: Häusliche Studenten

- **Studenten mit einem häuslich-familiären Wohnkonzept (WohnMatrix: zumeist 301/307); Durchschnittsalter: 24,1 Jahre; 2,4% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Oftmals in kleinen Mietwohnungen, häufig in Mitte oder Nord (Handschuhsheim); für Studenten wohnt man vergleichsweise häufig (noch) bei den Eltern**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Kleine bis mittelgroße Mietwohnungen in Mitte (Weststadt) (nach dem Studium: Eigentumswohnung, Miethaus, mittelgroße oder größere Mietwohnungen – möglichst in Nord)**

Im Gegensatz zum Typus des dynamischen Studenten zeichnet sich die Gruppe der häuslichen Studenten durch eine vergleichsweise starke Orientierung an familiären oder partnerschaftlichen Bezugspunkten aus. Typische „studentische Freizeitinfrastrukturen“ wie Szenekneipen et cetera sind für häusliche Studenten ebenfalls interessant, spielen aber im Vergleich zu den dynamischen eine geringere Rolle. Stattdessen verbringt man seine Freizeit auch sehr gerne im häuslichen Umfeld zum Beispiel in Form eines „gemütlichen Beisammenseins“ (beispielsweise bei Film- oder Spieleabenden, Grillpartys et cetera). Sehr häufig ist man auch in Sportvereinen aktiv, während andere studentische Zielgruppen vermehrt individuellen Sport betreiben.

Die Zielgruppe wohnt vermehrt im elterlichen Haushalt oder in einer gemeinsamen Wohnung mit dem Partner/der Partnerin.

Diese Gruppe von Studenten legt höheren Wert auf ein ruhiges, durchgrüntes Umfeld und ein harmonisches nachbarschaftliches Miteinander als andere studentische Zielgruppen. Die Wohnung gilt nicht bloß als zweckmäßig ausgestatteter Arbeits- und Schlafplatz. Da in der Wohnung auch ein erheblicher Teil der Freizeit verbracht wird, werden Balkone, Gärten und große Fensterflächen als wichtige Ausstattungsmerkmale angesehen. Ferner zeigt sich das „häusliche Wesen“ dieses Studententyps auch darin, ein Bad mit „Wohlfühlcharakter“ zu wünschen und der Küche einen wichtigeren Stellenwert beizumessen.

Man schätzt an Heidelberg besonders häufig die Atmosphäre („Die Architektur, das Schloss, die Altstadt – einfach schön“), das soziale Umfeld/die Sozialstruktur („Hier wohnen viele junge Leute – da ist es nicht so spießig“) und die Vielseitigkeit/Vielfältigkeit. Kritisiert werden neben der Verkehrssituation („Es gibt leider keine grüne Welle“) die Wohnungspreise.

Diese Gruppe ist im Vergleich zu dynamischen Studenten weniger mobil und etwas stärker an den Wohnstandort Heidelberg gebunden. Letzteres erklärt sich vor allem durch deren partnerschaftliche oder familiäre Bindung. Dass viele Studenten dieses Typs in eher kleinen Wohnungen leben, begründet sich vor allem damit, dass es (noch) an finanziellen Mitteln zu einer Verbesserung der Wohnsituation mangelt. Sofern umfassendere finanzielle Mittel vorliegen, wird besonders der Wunsch nach einer größeren Wohnung als der aktuellen artikuliert. Umzugsmotive liegen damit zusammenhängend neben beruflichen Motiven vornehmlich in der zu kleinen Wohnung (und einem geplanten Auszug aus dem Elternhaus) begründet. Bei Jenen, die geäußert haben, nach einem Umzug aus Heidelberg wegzuziehen, ist der Verbleib in Heidelberg in erster Linie ebenfalls von Arbeitsmarktbedingungen nach Abschluss des Studiums abhängig.

Zielgruppe 3: Anspruchsvolle Studenten

- **Studenten mit einem anspruchsvollen Wohnkonzept (WohnMatrix: zumeist 401/409); Durchschnittsalter: 24,2 Jahre; 1,9% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Wohnen oftmals in etwas größeren Mietwohnungen als die Gruppen vorab (häufig 41 bis 60 qm): häufig in Nord (Neuenheim) – darüber hinaus auch Ost und West (Kirchheim, Rohrbach)**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Kleine bis mittelgroße Mietwohnungen in Nord (Neuenheim)**

Anspruchsvolle Studenten zeichnen sich insbesondere durch ihre erhöhte Anspruchshaltung im Allgemeinen sowie an die Wohnung und das Wohnumfeld im Speziellen aus. Die Begründung hierfür findet sich vor allem in einer hohen Wertschätzung von Status und Prestige. In Bezug auf die Freizeitgestaltung ist diese Gruppe nicht als häuslich zu charakterisieren, allerdings verkehren anspruchsvolle Studenten auch nicht vorzugsweise bei „typischen Studentenparties“ (einfaches Ambiente, niedrige Preise). Stattdessen wird vermehrt Wert auf ein gepflegtes Ambiente gelegt. Im Vergleich der studentischen Zielgruppen interessieren sich anspruchsvolle Studenten am häufigsten für „gehobene Kulturveranstaltungen“ wie zum Beispiel Theater oder klassische Musik.

Dieser Zielgruppe gilt die Wohnsituation bereits als Projektionsfläche für einen an Leistung und Erfolg orientierten Lebensstil. Man wohnt im Vergleich zu den anderen studentischen Zielgruppen in eher größeren Wohnungen beziehungsweise Studentenappartements, legt Wert auf das äußere Erscheinungsbild der Wohnung beziehungsweise des Wohngebäudes und zeigt ein gesteigertes Interesse an prestigeträchtigen Wohngebieten. Diese Gruppe bevorzugt ebenfalls zentrumsnahe Wohngebiete, erachtet landschaftliche Lagequalitäten und Grünflächen im Wohnumfeld allerdings als sehr wichtig.

Vor allem die landschaftlichen Lagequalitäten und die – auch kulturelle – Vielseitigkeit werden an Heidelberg besonders geschätzt.

Wie bei den anderen studentischen Zielgruppen auch ist die Bindung an Heidelberg unterdurchschnittlich. Arbeitsplatzbedingungen stellen ein wesentliches Kriterium für den Verbleib in Heidelberg dar. Allerdings ist für diese Gruppe das Wohnungsangebot ebenfalls von Bedeutung.

Zielgruppe 4: Dynamische Starter

- **18- bis 30-jährige Singles, Paare und Mehrpersonenhaushalte (ohne Studenten) mit einem kommunikativ-dynamischen Wohnkonzept (WohnMatrix: 201/207/209); Durchschnittsalter: 24,9 Jahre; 4,2% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Wohnen oftmals in kleinen Mietwohnungen in Mitte (Altstadt, Weststadt) oder Süd (Rohrbach)**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Kleine Mietwohnungen in Mitte (Altstadt, Weststadt) oder Süd (Rohrbach); kleine bis mittelgroße Mietwohnungen in Nord (Handschuhsheim)**

Dynamische Starter, eine Gruppe mit einem hohen Bildungsniveau, pflegen einen Lebensstil, der dem der dynamischen Studenten ähnelt. Auch diese Gruppe mag es wenn „ständig etwas los ist“, zeigt Interesse an Szenekneipen, der lokalen Kulturszene und legt Wert auf ein urbanes Umfeld. Ferner ist man an gesellschaftlichen und politischen Fragen interessiert. Im Gegensatz zu den studentischen Zielgruppen handelt es sich hierbei allerdings vornehmlich um Personen, die bereits eine Berufsausbildung oder ein Studium abgeschlossen haben und berufstätig sind.

Ferner befinden sich dynamische Starter im Vergleich zu dynamischen Studenten in einer anderen persönlichen Lebenssituation: sie leben häufiger mit dem Partner beziehungsweise der Partnerin zusammen und verfügen über mehr ökonomische Mittel. Dementsprechend ist ihr Anspruch an die Wohnung etwas höher und diese Gruppe lebt in etwas größeren, besser ausgestatteten und auch teureren Wohnungen. Trotzdem wird eine gewisse Unzufriedenheit mit baulichen Kriterien und auch der Wohnungsausstattung artikuliert.

Im Vergleich der Starter-Zielgruppen weisen dynamische Starter in Bezug auf ihre Anforderungen an eine Wohnung jedoch eine vergleichsweise geringe Anspruchshaltung auf: man bevorzugt kleinere Wohnungen und hat eine relativ große Toleranz gegenüber Beeinträchtigungen im Wohnumfeld, etwa durch Lärm oder Verkehrsbelastung. Viel Wert wird hingegen auf eine urbane, zentrumsnahe Wohnlage gelegt. Unkonventionellen Wohnformen (beispielsweise Maisonette-Wohnung, Loft et cetera) gegenüber ist man aufgeschlossen.

Die Atmosphäre Heidelbergs und die freizeit- und sportorientierte Infrastruktur werden als Pull-Faktoren hervorgehoben. Kritisiert werden vergleichsweise häufig die Lebenshaltungskosten („Die Preise sind allgemein überzogen, auch die Mieten“).

Dynamische Starter sind eine sehr mobile und vergleichsweise wenig an den Standort gebundene Gruppe. Da sie sich sehr häufig in einer Lebensphase befinden, in der sie sich noch beruflich etablieren, ist die Frage nach dem längerfristigen Verbleib in Heidelberg primär von beruflichen Möglichkeiten abhängig. Als Umzugsgrund wird jedoch vergleichsweise häufig auch die Eigentumsbildung genannt.

Zielgruppe 5: Häusliche Starter

- **18- bis 30-jährige Singles, Paare und Mehrpersonenhaushalte (ohne Studenten) mit einem häuslich-familiären Wohnkonzept (WohnMatrix: 302/307/308); Durchschnittsalter: 23,7 Jahre; 3,6% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Oftmals in kleinen bis mittelgroßen Mietwohnungen oder einem Miethaus in West (vor allem in Pfaffengrund)**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Kleine oder mittelgroße Mietwohnungen oder das Miethaus in West (vor allem Pfaffengrund) oder Nord**

Häusliche Starter haben oftmals mittlere Bildungsabschlüsse und eine abgeschlossene Berufsausbildung. Beruflich stehen häusliche Starter sehr häufig am Beginn ihrer Karriere und haben ihre Etablierung noch vor sich. Oft lebt man mit einem Partner/einer Partnerin zusammen und befindet sich in einer Lebensphase, in der eine spätere Familienbildung in Erwägung gezogen wird. In Bezug auf das Freizeitverhalten handelt es sich um eine eher ruhige und unauffällige Gruppe. Im Vergleich der Starter-Zielgruppen zeigt diese Gruppe das größte Interesse an eher trivialen Unterhaltungsmedien wie Talk Shows, Gerichtssendungen et cetera. Ähnlich den häuslichen Studenten ist man häufig in Sportvereinen aktiv.

Mit ihrer momentanen Wohnsituation sind häusliche Starter insgesamt sehr zufrieden – dies betrifft vor allem das soziale Umfeld.

Die Wohnung und die direkte Wohnumgebung stellen einen wichtigen Anlaufpunkt bezüglich der Freizeitgestaltung dar. Eine komfortabel ausgestattete Wohnung mit Abstellmöglichkeiten und einer großen Küche sowie ein Garten beziehungsweise eine Terrasse oder ein Balkon werden als wichtige Kriterien angesehen.

Da – zumindest mittelfristig – eine Familiengründung angestrebt wird, legt man viel Wert auf eine ruhige, familienfreundliche Wohnumgebung außerhalb der Innenstadt. Eine gute Verkehrsanbindung, die ein reibungsloses Pendeln zwischen Wohnort und Arbeitsplatz ermöglichen, ist für diese Personengruppe sehr wichtig.

Im Gegensatz zu dynamischen Startern, welche die guten Freizeit- und Ausgehmöglichkeiten Heidelbergs als wichtiges „Wohlfühlkriterium“ ansehen, schätzt diese Zielgruppe an Heidelberg vor allem die Kombination aus Stadtleben, Natur und familienfreundlichem Idyll („Gutes Stadtleben, viel Natur, die Lage am Neckar – all das sorgt für eine gute Lebensqualität.“). Insgesamt wird vergleichsweise selten Kritik an Heidelberg geäußert; überdurchschnittlich häufig werden jedoch die Wohnungspreise und die ÖPNV-Anbindung genannt.

Man ist sehr stark an den Wohnstandort Heidelberg gebunden und plant, sich längerfristig hier niederzulassen. Auch die zukünftige Bildung von Wohneigentum – häufig in Form einer Eigentumswohnung oder eines Reihenhauses/einer Doppelhaushälfte – wird von den potenziellen Umzüglern vergleichsweise oft angestrebt, falls die ökonomischen Mittel dies zulassen. Sofern ein Fortzug aus Heidelberg in Erwägung gezogen wird, begründet sich dies neben beruflichen Veränderungen vor allem auch durch die mangelnde Verfügbarkeit bezahlbaren Wohnraums für diesen einkommensschwächeren Typus.

Zielgruppe 6: Anspruchsvolle Starter

- **18- bis 30-jährige Singles/Paare (ohne Studenten) mit einem anspruchsvollen Wohnkonzept (WohnMatrix: zumeist 402); Durchschnittsalter: 25,6 Jahre; 5,3% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Oftmals kleine Mietwohnungen in Nord (vor allem Neuenheim)**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Kleine bis mittelgroße Mietwohnungen in Nord**

Die Gruppe der anspruchsvollen Starter ist altersgemäß zwar durchaus auch ausgeh- und erlebnisorientiert – hierbei konzentriert man sich auf gehobenes Ambiente (Vernissage; Cocktail-Bars; trendige Clubs). Für die Gruppe der anspruchsvollen Starter stellt jedoch die Karriere ein zentrales Kriterium dar. Man ist an Leistung, sozialem Aufstieg und Prestige orientiert und möchte Erfolge auch nach außen darstellen. Dem Ziel der beruflichen Verwirklichung werden andere Ziele untergeordnet.

Die Wohnung stellt vor allem eine Projektionsfläche für persönliche Leistung und Erfolg dar. Man wohnt in vergleichsweise kleinen Wohnungen, was vor allem darin begründet ist, dass der Anteil der Singles in dieser Gruppe relativ hoch ist. Allerdings wird viel Wert auf eine gehoben ausgestattete Wohnung (betrifft beispielsweise gehobene Badausstattung, gehobene Einbauküche oder Wohnküche, höherwertige Materialien) in einem prestigeträchtigen Umfeld geachtet. Mit der aktuellen Wohnsituation ist man im Schnitt zufrieden. Für die Zukunft zeigt man jedoch auch ein vergleichsweise hohes Interesse an „ausgefalleneren“ Wohnformen wie zum Beispiel einer Penthouse Wohnung mit Dachterrasse.

An Heidelberg wird vor allem das kosmopolitische Flair („Heidelberg ist ein Weltdorf“) und ein niveauvolles kulturelles Angebot geschätzt. Auch diese Gruppe kritisiert an Heidelberg neben der Verkehrssituation besonders häufig die Miet- und Wohnungspreise.

Trotz der hohen Wertschätzung des Standortes Heidelberg planen Personen dieses Typs häufig nicht, längerfristig in der Stadt zu bleiben. Dementsprechend ist die Bindung dieses sehr mobilen, häufig aus Single-Haushalten bestehenden Typs an den Wohnstandort Heidelberg gering ausgeprägt. Die Frage eines Verbleibs ist vor allem von beruflichen Entwicklungsperspektiven am Wohnstandort abhängig, jedoch werden auch die Wohnungspreise/Mieten genannt.

Zielgruppe 7: Dynamische Konsolidierer

- **30- bis 45-jährige Singles/Paare mit einem dynamischen Wohnkonzept (WohnMatrix: zumeist 204/205); Durchschnittsalter: 36,2 Jahre; 5,0% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Kleine bis mittelgroße Mietwohnungen in Mitte (Weststadt)**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Kleine bis mittelgroße Mietwohnungen in Mitte (Weststadt); mittelgroße bis großen Mietwohnungen – bevorzugt in Nord**

Dynamischen Konsolidierern ist es weitgehend gelungen, sich in Heidelberg beruflich und privat zu etablieren. Auch dieser dynamische Typ zeigt ein hohes Interesse an freizeit-, kultur- und sportorientierten Infrastrukturen. Allerdings ist es ihnen weniger wichtig „im Zentrum des Geschehens“ zu wohnen. Vielmehr liegt ein gesteigertes Interesse an ruhigen Lagen vor, die jedoch gute Verkehrsanbindungen aufweisen sollten. Es gilt das Credo: „Gute Unterhaltung in der Nähe, aber Ruhe vor der eigenen Haustür“. Im privaten Bereich sind Werte wie Ordnung und Kontinuität von nachrangiger Bedeutung, dafür ist man sehr aktiv und vielseitig interessiert.

Die dynamischen Konsolidierer verfügen – ihrer beruflichen Qualifikation und ihrem Bildungsniveau entsprechend – über ein für ihre Altersgruppe vergleichsweise hohes Einkommen, welches eine höhere Anspruchshaltung an die Wohnsituation ermöglicht. Diese äußert sich unter anderem in einem Interesse an einer Wohnung, die vielfältige Ausstattungskriterien wie zum Beispiel energieeffiziente Ausstattungsmerkmale erfüllt. Es besteht sehr hohes Interesse an einem Balkon und im Vergleich zu den dynamischen Startern gewinnt der Sanitärbereich (besonders schönes Badezimmer) an Bedeutung. Da es sich um einen eher progressiven Typus handelt, zeigt sich ferner eine Neigung zu eher unkonventionellen Wohnformen.

Als Pull-Faktoren Heidelbergs werden seitens der dynamischen Konsolidierer besonders die Sport- und Freizeitmöglichkeiten und auch die Sozialstruktur hervorgehoben („Hier besteht eine akademische Multikulturalität“). Als Kritik an Heidelberg werden jedoch häufig die Miet-/Wohnungspreise und das Wohnungsangebot aufgeführt.

Aufgrund der Tatsache, dass man beruflich weitgehend gefestigt ist, ist die Bindung an den Wohnstandort Heidelberg höher ausgeprägt als bei jüngeren dynamischen Zielgruppen und auch im Vergleich der Konsolidierer relativ hoch.

Zielgruppe 8: Häusliche Konsolidierer

- **30- bis 45-jährige Singles/Paare mit einem häuslich-familiären Wohnkonzept (WohnMatrix: zumeist 303/304); Durchschnittsalter: 34,6 Jahre; 3,7% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Mietwohnungen unterschiedlicher Größenklassen - sowohl in Mitte, West, Nord**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Große Mietwohnungen, häufig auch das Reihenhaus/die Doppelhaushälfte - sowohl in Mitte, West, Nord**

Häusliche Konsolidierer befinden sich ebenfalls in der Phase der beruflichen und vor allem privaten Festigung. Bezüglich ihrer Grundhaltung und ihrer Interessen und Ansprüche unterscheiden sie sich nur wenig von häuslichen Startern: auch hier wird vermehrt Wert auf Ruhe und Familienfreundlichkeit gelegt. Man ist im Vergleich der Konsolidiertypen am wenigsten „ausgeh- und erlebnisorientiert“.

Momentan ist diese Zielgruppe mit der Wärmedämmung und der Wohnungsgröße vergleichsweise unzufrieden.

Vor allem jüngere Vertreter dieser Gruppe planen relativ häufig die Gründung einer Familie und suchen oftmals nach geeignetem Wohnraum um sich langfristig niederzulassen. Man wünscht sich Wohnungen in idyllischen, durchgrünten Wohngegenden, wo private und vor allem auch nachbarschaftliche Netzwerke aufgebaut werden können.

Weiterhin besteht ein großes Interesse an komfortablen Wohnungsmerkmalen wie etwa einem geräumigen „Wohlfühlbad“ oder einem großen Wohn- und Essbereich.

Als positiv an Heidelberg werden vor allem die Naherholungsmöglichkeiten hervorgehoben genannt („Eine Stadt in der man alles machen kann, die aber trotzdem sehr grün ist“). Häusliche Konsolidierer kritisieren an Heidelberg vergleichsweise häufig die als zu hoch empfundenen Lebenshaltungskosten, insbesondere die Wohnkosten.

Die Bindung an Heidelberg ist insgesamt vergleichsweise gering ausgeprägt. Begründet werden kann dies vor allem damit, dass diese einkommensschwächere Gruppe häufig vor dem Problem steht, ihre Wohnansprüche nicht verwirklichen zu können. Diese Zielgruppe strebt – auch bedingt durch die aufgeführte Intention einer Familiengründung – nach größeren Mietwohnungen und Wohneigentum, kann jedoch oftmals kein den eigenen ökonomischen Ressourcen entsprechendes Angebot finden. Dies hat zur Folge, dass vergleichsweise viele häusliche Konsolidierer in Erwägung ziehen, Heidelberg zu verlassen.

Zielgruppe 9: Anspruchsvolle Konsolidierer

- **30- bis 45-jährige Singles/Paare mit einem anspruchsvollen Wohnkonzept (WohnMatrix: 403); Durchschnittsalter: 36,4 Jahre; 5,3% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Wohnen häufig in kleinen bis mittelgroßen Mietwohnungen in Nord oder mittelgroßen bis großen Mietwohnungen in Mitte (Weststadt)**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Mittelgroße bis große Mietwohnungen in Nord oder Mitte**

Anspruchsvolle Konsolidierer sind wie alle Anspruchsvollen stark auf Karriere und Beruf fixiert und zumeist in einer gehobenen beruflichen Position beschäftigt. „Ich halte es für wichtig mehr zu leisten als andere“ stellt eine essentielle Lebensmaxime dieser aufstiegsorientierten Gruppe dar. Die gehobene Gastronomie wird geschätzt und häufig werden auch kulturelle Veranstaltungen besucht.

Diese im Vergleich der Konsolidierertypen einkommensstärkste Gruppe legt hohen Wert auf Prestige und wohnt zumeist in hellen, modern eingerichteten Wohnungen in eher gehobenen Wohnlagen – meist mit Terrasse und Garten.

Bezüglich ihrer Wohnwünsche offenbart sie die höchste Anspruchshaltung unter den Konsolidierern. Eine Wohnung muss repräsentativ sein, daher werden hochwertigen Ausstattungsmaterialien (betrifft Badausstattung, Küche, Bodenbeläge et cetera) ein hohes Interesse und eine hohe Zahlungsbereitschaft entgegengebracht, sofern das Ansehen einer Wohnung dadurch erhöht wird.

Anspruchsvolle Konsolidierer bringen der Atmosphäre in Heidelberg eine hohe Wertschätzung gegenüber („Überschaubar, dennoch international mit vielen kulturellen Angeboten und einer schönen Architektur“). Auffällig ist an dieser Stelle jedoch, dass auch die anspruchsvollen Konsolidierer – trotz ihrer hohen Kaufkraft – die Wohnungspreise in Heidelberg kritisieren. Dies begründet sich vor allem damit, dass sich die Präferenz dieser Gruppe stark auf exklusive Lagen richtet, in welchen ein knappes, sehr hochpreisiges Wohnungsangebot vorliegt.

Die Anspruchsvollen gehören unter den Konsolidierern zu den am wenigsten an Heidelberg Gebundenen. Da man sich wegen möglicher beruflicher Veränderungen/Optimierungen noch nicht an einen Wohnstandort binden möchte, zeigt man das geringste Interesse daran, nach einem möglichen Umzug Eigentum zu bilden.

Bei anspruchsvollen Konsolidierern handelt es sich letztlich sehr häufig um Singles. Deswegen wird eine Veränderung ihrer familiären Situation häufig als mögliche Bedingung angegeben, längerfristig in Heidelberg zu bleiben.

Zielgruppe 10: Dynamische Familien

- **Familien mit einem kommunikativ-dynamischen Wohnkonzept (WohnMatrix: 206/207); Durchschnittsalter: 40,6 Jahre; 6,0% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Man lebt zumeist in großen Mietwohnungen oder Wohneigentum; häufig in Handschuhsheim, Rohrbach, Weststadt**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Starke Tendenz zu großen Mietwohnungen oder Wohneigentum; präferierte Stadtteile: Weststadt, Handschuhsheim, Neuenheim**

Bei dynamischen Familien – einer Zielgruppe mit überdurchschnittlicher Bildung und überdurchschnittlicher Kaufkraft – handelt es sich um einen sehr aktiven Familientyp: Im Vergleich der familiären Zielgruppen geht man am häufigsten noch regelmäßig in Kneipen, Restaurants und Cafés und weist darüber hinaus ein ausgeprägtes Interesse an sportlicher Aktivität auf. Dynamischen Familien ist vor allem eine Kombination aus Freizeitwert und Familienfreundlichkeit wichtig.

Dementsprechend wohnt man vermehrt in ruhigen aber nicht abgelegenen Stadtteillagen. Dynamische Familien zeigen eine sehr hohe Wohnzufriedenheit (betrifft Wohnungsausstattung, Gebäudezustand, soziales Umfeld). Bezogen auf die bevorzugte Wohnsituation kommt auch hier dem Umfeld gegenüber der Wohnung selbst eine größere Bedeutung zu. Bezüglich der Wohnungsausstattung sind den dynamischen Konsolidieren – wie allen familiären Gruppen – Balkon oder Terrasse, Gäste-WC und Garten sehr wichtig. Darüber hinaus sind energetische Maßnahmen/energieeffiziente Ausstattungsmerkmale von sehr hoher Relevanz.

An Heidelberg wird insbesondere das soziale Umfeld als positiv angesehen. Sofern Kritik geäußert wird, bemängelt diese vielfältig interessierte Personengruppe vor allem die Baupolitik der Stadt Heidelberg und das Fehlen von bezahlbarem Wohnraum vor allem für junge Familien („Das Wohnungsangebot für junge Familien fehlt und die Wohnungen sind zu teuer. Es ist für uns kaum bezahlbarer Wohnraum zu finden.“).

Von anderen dynamischen Zielgruppen unterscheiden sich dynamische Familien vor allem dadurch, dass sie – insbesondere aufgrund familiärer Gründe wie etwa schulpflichtiger Kinder – besonders stark an den Standort Heidelberg gebunden sind. Die Bindung an Heidelberg erklärt sich auch dadurch, dass dieser dynamische Familientyp das Vorhandensein guter Möglichkeiten der Freizeitgestaltung schätzt und ein Leben im eher ländlichen Umland aus diesem Grund weniger in Frage kommt. Die potenziellen Umzügler suchen ähnlich wie die häuslichen Familien zwar auch nach größeren Wohnungen, jedoch reichen großflächigere Mietwohnungen oftmals aus – es muss nicht zwingend Wohneigentum sein.

Zielgruppe 11: Häusliche Familien

- **Familien mit einem häuslich-familiären oder konventionell-situierten Wohnkonzept (WohnMatrix: 305/306/105); Durchschnittsalter: 39,5 Jahre; 6,5% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Man lebt sehr häufig in West (in großen Mietwohnungen, dem Reihenhaus/der Doppelhaushälfte, dem Miethaus); vergleichsweise häufig auch in großen Mietwohnungen in Süd (Emmertsgrund)**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Wohneigentum - vorzugsweise in West (Wieblingen); große Mietwohnungen in Süd oder Nord**

Bei häuslichen Familien handelt es sich um eine Zielgruppe mit einem durchschnittlichen Bildungsniveau und ungefähr durchschnittlicher Kaufkraft. Die Lebensform „Familie“ entspricht dem Ideal weiter Teile häuslicher Gruppen, insofern befinden sich häusliche Familien zumeist in einer Lebensphase, die sie als Ziel angestrebt haben. Entsprechend stellen familiäre Werte ihren vorrangigen Bezugspunkt dar und bestimmen den Alltag in erheblichem Maße: Zeit mit der Familie verbringen, spazieren gehen, ins Grüne fahren und die Natur genießen stellen wichtige Freizeitaktivitäten dar.

Die Wohnung und das nähere Wohnumfeld machen somit den Lebensmittelpunkt aus. Bei häuslichen Familien handelt es sich häufig um Personen, die bereits länger in Heidelberg leben und sich hier fest verankert fühlen. Die nachbarschaftliche Vernetzung stellt hierbei einen wichtigen Hintergrund für die relativ hohe Wohnzufriedenheit dieser Gruppe dar. Dies zeigt sich unter anderem in einer besonders hohen Zufriedenheit mit dem sozialen Umfeld.

Man legt Wert auf ein familienfreundliches Umfeld mit guten Nahversorgungsmöglichkeiten und hinreichend Grünflächen. Auch ein harmonisches soziales Umfeld, eine ansprechende Siedlungsstruktur und wenig Beeinträchtigungen durch Lärm und Verkehrsaufkommen sind dieser Zielgruppe sehr wichtig. Bezüglich der Wohnungsausstattung wird besonders hoher Wert auf einen Garten gelegt und das Gäste-WC ist – familiär bedingt – relevant.

An Heidelberg werden vor allem die landschaftlichen Lagequalitäten, das soziale Umfeld und auch die Familienfreundlichkeit sehr geschätzt. Als Kritik an Heidelberg werden vergleichsweise häufig die Verkehrssituation und die Wohnungspreise aufgeführt.

Häusliche Familien sind sowohl mit dem Standort Heidelberg, als auch mit dem Stadtteil, in dem sie leben, stark verbunden. Der Wunsch umzuziehen ist unter den Familientypen insgesamt vergleichsweise gering ausgeprägt. Für die Gruppe der potenziellen Umzügler steht jedoch die Eigentumbildung im Fokus, was sich vor allem daran zeigt, dass dieses Kriterium neben der Wohnungsgröße als zweitwichtigstes Umzugsmotiv aufgeführt wird und die potenziellen Umzügler nach dem Wohnungswechsel Großteils in einem Reihenhaus/einer Doppelhaushälfte und vor allem einem Einfamilienhaus leben möchten. Wenn dies im eigenen Stadtteil nicht möglich ist, dann eben in einem anderen – jedoch auf jeden Fall in Heidelberg.

Zielgruppe 12: Anspruchsvolle Familien

- **Familien mit einem anspruchsvollen Wohnkonzept (WohnMatrix: zumeist 408); Durchschnittsalter: 39,4 Jahre; 3,9% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Im Vergleich zu den anderen familiären Gruppen wohnen vergleichsweise Viele (70%) zur Miete; häufig in mittelgroßen bis großen Mietwohnungen - häufig in Kirchheim oder Rohrbach**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Interesse an großen Wohnungen, aber auch Reihenhäusern/Doppelhaushälften und dem Miethaus - insbesondere in Rohrbach**

Auch in der familiären Phase ist die Optimierung der Wohnsituation und vor allem der beruflichen Situation von hoher Relevanz: Man ist häufiger als andere familiäre Typen dazu bereit, persönliche Belange beruflichen Erfordernissen unterzuordnen. Für diese sehr leistungsorientierte Gruppe, die ein sehr hohes Bildungsniveau und eine hohe Kaufkraft aufweist, spielen bei der Freizeitgestaltung kulturelle Angebote beziehungsweise Veranstaltungen eine sehr wichtige Rolle.

Diese Gruppe wohnt im Vergleich zu anderen Familien auffallend häufig zur Miete: Man möchte sich oftmals (noch) nicht an den Wohnstandort beispielsweise durch den Erwerb eines Einfamilienhauses binden. Die entsprechende Wohnung muss allerdings hochwertig ausgestattet sein. Die Terrasse mit Garten ist für die Gruppe darüber hinaus essentiell.

Wie andere anspruchsvolle Zielgruppen auch, haben anspruchsvolle Familien sehr hohe Anforderungen an Wohnung und Wohnumfeld und bevorzugen exklusive und prestigeträchtige Wohnlagen. Eine gut ausgebaute, familiengerechte Infrastruktur mit angesehenen Kindergärten/Kindertagesstätten und Schulen im näheren Wohnumfeld ist für diese Gruppe ebenfalls von hoher Relevanz.

Kulturelle Angebote lassen Heidelberg für anspruchsvolle Familien attraktiv erscheinen („Es ist eine junge Stadt mit einem kulturellen Flair.“). Sie haben hohe Ansprüche an das ästhetische Erscheinungsbild der Stadt und nehmen vergleichsweise häufig Anstoß an städtebaulichen Maßnahmen oder der Existenz von Baustellen („Teilweise zu viele Bausünden und Baustellen“). Darüber hinaus kritisiert auch diese Gruppe die Wohnungspreise in Heidelberg.

Im Gegensatz zu anderen Zielgruppen behalten sich anspruchsvolle Familien eine relativ hohe Mobilität auch in der Familienphase bei. Dementsprechend weist diese Gruppe eine geringere Bindung an den Wohnstandort auf.

Zielgruppe 13: Kleinbürgerliche Familien

- **Familien mit einem solide-bescheidenen Wohnkonzept (WohnMatrix: 508); Durchschnittsalter: 45,7 Jahre; 2,1% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Häufig in mittelgroßen Mietwohnungen oder der Eigentumswohnung – sehr häufig in West (vor allem Kirchheim) und Süd (vor allem Emmertsgrund)**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Mittelgroße Mietwohnungen oder die Eigentumswohnung – in Süd oder West**

Bei kleinbürgerlichen Familien handelt es sich um eine – für Familien – ältere Zielgruppe, die einen eher unauffälligen und zurückgezogenen Lebensstil pflegt. Man ist bescheiden, auf Ordnung und Kontinuität bedacht und gerade nicht „ausgeh- und erlebnisfreudig“. Es ärgert, wenn etwas Unvermutetes den Tagesablauf stört. Der Lebensstil wird durch konservative Werte und Tugenden bestimmt.

Diese oft sehr einkommensschwachen Familien leben zumeist in kleineren, einfach ausgestatteten Mietwohnungen in weniger bevorzugten Gegenden. Man ist zwar insgesamt nicht unzufrieden mit der Wohnsituation, äußert jedoch verstärkte Kritik an den Sauberkeitsverhältnissen im näheren Wohnumfeld. Man stellt an die Wohnungsausstattung vergleichsweise geringe Anforderungen – lediglich am Garten ist das Interesse überdurchschnittlich hoch. Auffallend ist, dass im Gegensatz zu allen anderen familiären Zielgruppen das Interesse an energetischen Ausstattungsmerkmalen gering ausgeprägt ist. Bezogen auf das Wohnumfeld spielen für diese Zielgruppe – entsprechend dem Lebensstil – die Kriterien Ordnung/Sauberkeit, Sicherheit und Ruhe eine entscheidende Rolle.

Am Wohnstandort werden vergleichsweise häufig die Sauberkeitsverhältnisse kritisiert.

Trotz teilweise wahrgenommener Wohnumfelddefizite möchte nur jeder Zehnte dieser Gruppe in den nächsten beiden Jahren umziehen. Die Bindung kleinbürgerlicher Familien an Heidelberg ist demnach vergleichsweise hoch. Jedoch möchten zwei Drittel der potenziellen Umzügler den Stadtteil verlassen, häufig aufgrund des sozialen Umfeldes.

Zielgruppe 14: Dynamische Mid-Ager

- **Ab 45-jährige Singles/Paare mit einem kommunikativ-dynamischen Wohnkonzept; Durchschnittsalter: 56,6 Jahre; 8,8% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Wohnen vergleichsweise häufig in großen Mietwohnungen in Mitte oder Nord oder im Wohneigentum (in Süd, West oder Nord)**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Große Mietwohnungen in Mitte oder Nord oder Wohneigentum in Süd, West oder Nord**

Ein „dynamischer“ Lebensstil, der durch Offenheit, Liberalität und vermehrte Aktivität gekennzeichnet ist, wird für gewöhnlich zumeist jüngeren Zielgruppen zugeschrieben. Dass dies nicht zwangsläufig der Fall ist und sich auch moderne Lebensstile im Zeitverlauf als weitgehend konstant erweisen, zeigt sich am Beispiel der dynamischen Mid-Ager. Hierbei handelt es sich um Personen, die einen dynamischen Lebensstil aus ihren jüngeren Jahren nicht gänzlich aufgegeben haben und diesen auch im „besten Alter“ noch pflegen. Man ist auch in erhöhtem Alter weiterhin aktiv, geht beispielsweise gerne im Restaurant Essen, fährt regelmäßig in Urlaub und geht ins Theater; auch regelmäßiger Sport wie zum Beispiel Jogging, Fahrradtouren und so weiter sind wichtige Bestandteile der Freizeitgestaltung. Darüber hinaus ist man an sozialen Kontakten stark interessiert. Dynamische Mid-Ager verfügen – wie jüngere dynamische Gruppen auch – über ein relativ hohes Bildungsniveau, eine hohe Kaufkraft und sind beruflich etabliert.

Sie wohnen vergleichsweise häufig zur Miete in größeren Wohnungen und im Wohneigentum. Haushalte dieser Zielgruppe lassen ein vergleichsweise großes Interesse an "neuen Wohnformen" (für Ältere) erkennen; dazu gehören insbesondere unterschiedliche Varianten gemeinschaftlichen Wohnens. Anders als teils in studentischen Milieus wird aber dennoch das "Private in der Gemeinschaft" geschätzt - es geht also nicht darum, alles zu teilen. Vielmehr werden durchaus hochwertige und großzügige (abgeschlossene) Wohnungen in Hausgemeinschaften gesucht. Hochwertige Gemeinschaftsflächen (Bibliothek, Atelier, Musikzimmer) ergänzen die eigene Wohnung um solche Flächen, die ein kreatives Miteinander ermöglichen.

Auch in dieser Lebensphase möchte man nicht ganz dezentral leben, eine gewisse Urbanität ist für diese Zielgruppe weiterhin relevant. Im Vergleich zu jüngeren dynamischen Zielgruppen zeigen sie ein geringeres Interesse an einem familiengerechten Wohnumfeld und entsprechenden Infrastrukturen. Allerdings haben sie eine deutlich höhere Anspruchshaltung an die Wohnung. Insbesondere legt man häufiger Wert auf höherwertige Materialien, ein exklusives Badezimmer und energetische Maßnahmen/energieeffiziente Ausstattungsmerkmale. Auch altengerechte Ausstattungen gewinnen gegenüber jüngeren dynamischen Zielgruppen an Relevanz. Diese sollten jedoch nicht direkt als solche erkennbar sein, sondern durch eine hochwertige Gestaltung überzeugen. Die Haushalte dieser Zielgruppe sind grundsätzlich unterstützenden Dienstleistungen (Reinigung, Service) gegenüber aufgeschlossen - vor allem mit steigendem Alter. Aufgrund der hohen Kaufkraft können auch (Pflege-) Leistungen in größerem Umfang in Anspruch genommen werden, so dass ein langer Verbleib in der eigenen Wohnung möglich wird.

Dynamische Mid-Ager schätzen den Freizeit- und Erholungswert ihrer Wohnumgebung, eine Siedlungsstruktur mit ausreichend Grün-/Erholungsflächen sowie die sozialen Infrastrukturen, um so lange wie möglich selbständig und fußläufig viele alltägliche Dinge erledigen zu können. Die Verkehrssituation in Heidelberg und die Baupolitik werden demgegenüber vergleichsweise kritisch betrachtet.

Die Mobilität ist deutlich höher als bei den häuslichen Mid-Agern: Jene, die umziehen möchten, streben – wenn Sie ihre (Wohn-)Wünsche nicht erfüllen können – durchaus einen Wechsel des Stadtteils oder sogar einen Wegzug aus Heidelberg an.

Zielgruppe 15: Häusliche Mid-Ager

- **45 bis 65-jährige Singles, Paare und Mehrpersonenhaushalte mit einem häuslich-familiären oder einem konventionell-situierten Wohnkonzept (WohnMatrix: 303/304/102); Durchschnittsalter: 59,2 Jahre; 7,6% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Leben oftmals in der Eigentumswohnung und der mittelgroßen Mietwohnung – sowohl in West als auch in Süd**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Eigentumswohnung oder mittelgroße bis große Mietwohnung in West oder Süd**

Bei häuslichen Mid-Agern handelt es sich zumeist um Paarhaushalte, die bald in Ruhestand gehen. Sie haben häufig ältere Kinder, die außer Haus wohnen. Der regelmäßige Kontakt zu den Kindern ist jedoch Vielen wichtig; gegebenenfalls wird auch die Betreuung der Enkelkinder mit übernommen. Man genießt den Lebensabend und verbringt einen großen Teil seiner Freizeit in der häuslichen Umgebung. Allerdings unternehmen viele Haushalte dieser Gruppe auch gerne Ausflüge „ins Grüne“. Naherholung ist ein wichtiges Element im Lebensstil dieser Zielgruppe.

Häusliche Mid-Ager leben häufig im - oft bereits abbezahlten - Eigenheim. Die Zielgruppe ist mit ihrer aktuellen Wohnsituation sehr zufrieden, weshalb nur wenige Veränderungswünsche bestehen. Mit zunehmendem Alter manifestiert sich die Bedeutung der Küche als Lebensmittelpunkt.

Die Haushalte legen großen Wert auf Ruhe im Haus und in der Nachbarschaft. Wohnwünsche richten sich hauptsächlich auf den Garten beziehungsweise innerhalb der Wohnung auf den Sanitärbereich, wobei ein Gäste-WC sowie ein komfortables Badezimmer gewünscht werden und genügend Abstellraum vorhanden sein sollte. Die Ausstattung ist oft bürgerlich, jedoch von guter Qualität. Hochwertiges Holz wird modernen "kalten" Materialien wie Chrom und Glas vorgezogen.

Dem hohen Durchschnittsalter unter den Mid-Agern entsprechend hat eine barriere-reduzierte Wohnung eine vergleichsweise hohe Relevanz. Umfassende Veränderungen des eigenen Heims werden in der Regel jedoch nicht frühzeitig umgesetzt, da insgesamt eine hohe Zufriedenheit besteht und dieser Status möglichst lange anhalten soll.

An Heidelberg werden vor allem die landschaftliche Lage und die guten Anbindungen an den öffentlichen Personennahverkehr durch die häuslichen Mid-

Ager positiv bewertet. Demgegenüber wird vermehrt das Verkehrsaufkommen kritisiert.

Die Bindung an Heidelberg ist insgesamt sehr stark ausgeprägt - man möchte den Lebensabend dort verbringen und weiterhin in einer idyllischen Umgebung genießen.

Zielgruppe 16: Anspruchsvolle Mid-Ager

- **Ab 45-jährige Singles, Paare und Mehrpersonenhaushalte mit einem anspruchsvollen Wohnkonzept (WohnMatrix: zumeist 404/405/410); Durchschnittsalter: 58,1 Jahre; 5,8% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Für Mid-Ager leben vergleichsweise wenige im Wohneigentum (40%) – man wohnt vergleichsweise häufig in mittelgroßen und großen Mietwohnungen in Mitte oder Nord; darüber hinaus in Kirchheim**
- **Bevorzugte Wohnsituation: mittelgroße bis große Mietwohnungen in Mitte; Wohneigentum in West (Kirchheim) oder Nord**

Diese anspruchsvolle Zielgruppe befindet sich im „besten Alter“, man hat seine Karriereziele erreicht und verfügt über ein hohes Einkommen. In der Freizeit ist man aktiv, die Pflege von Netzwerken unter "Gleichgesinnten" ist wichtig (zum Beispiel im Golf- oder Tennisclub, bei den Rotariern oder in der Bridgerunde). Haushalte dieser Zielgruppe unterscheiden sich von kommunikativ-dynamischen unter anderem durch ein stärkeres Interesse an (hoch-)kulturellen Freizeitgestaltungsmöglichkeiten: beliebt sind „gehobene“ Anlässe wie etwa der Theater-/Opernbesuch oder ein klassisches Konzert, aber auch Aktivitäten „an der frischen Luft“ werden gerne wahrgenommen.

In Bezug auf die Wohnsituation ist man wählerisch, allerdings ist es auch häufig gelungen, viele Ansprüche an die Wohnsituation tatsächlich zu realisieren: Man wohnt in teuer ausgestatteten und gepflegten Wohnungen, die im Vergleich zu anderen Gruppen dieser Altersklasse verhältnismäßig modern eingerichtet sind. Insgesamt werden häufig klassische Formen bevorzugt; die tatsächlichen Stilrichtungen variieren dabei von der klassischen Moderne bis zum englischen Landhausstil. Hochwertige und langlebige Materialien, wie Granit, Sandstein oder auch (in der Regel dezenter) Marmor werden bewusst eingesetzt. Kunstobjekte unterstreichen den hochwertigen Einrichtungsstil.

Eine barrierereduzierte Wohnungsausstattung gewinnt auch hier langsam an Bedeutung; mehr noch als bei den dynamischen Mid-Agern sollte jedoch auf eine dezente Umsetzung geachtet werden. Denkbar ist auch eine Kombination mit Wellnessfaktoren (zum Beispiel bodengleiche Massagedusche).

Man hat sehr hohe Anforderungen an das Wohnumfeld; dies betrifft die Siedlungsstruktur, das soziale Umfeld, das Image/Prestige des Standorts, die Freizeit- und sportorientierte Infrastruktur, das Ambiente (zum Beispiel durchgrünte Straßenzüge mit altem Baumbestand) sowie die Verkehrsinfrastruktur. Viele Haushalte dieser Gruppe leben in den Top-Lagen Heidelbergs.

In Bezug auf Wohnwünsche stoßen komfortabel ausgestattete Badezimmer mit „Wohlfühlfaktor“ und energetische Maßnahmen hier ebenso auf ein gesteigertes

tes Interesse wie technische Lösungen/Smart Home-Technologien, die jedoch eine individuelle Anpassung an die speziellen Bedürfnisse benötigen.

Man schätzt den Standort Heidelberg insgesamt sehr. Neben der Atmosphäre und der Wohnlage werden die Kultur beziehungsweise das kulturelle Angebot als Pull-Faktoren der Stadt hervorgehoben.

Da die Karriereziele oftmals erreicht wurden, ist man auch deutlich stärker an den Wohnstandort gebunden als beispielsweise anspruchsvolle Konsolidierer oder anspruchsvolle Familien. Sofern allerdings eine Diskrepanz zwischen der aktuellen Wohnsituation und den sehr hohen Wohnanforderungen auch an das Wohnumfeld besteht, wird ein Umzug – auch in eine andere Stadt – anvisiert. So möchten über 11 Prozent dieser Gruppe in den kommenden beiden Jahren umziehen. Dies ist bei den Mid-Agern der mit Abstand höchste Wert. Für die Haushalte dieser Zielgruppe kommen dann verstärkt auch sogenannte "Senioren-Residenzen" als Wohnalternative fürs Alter in Betracht, die eine hochwertige Ausstattung mit einem umfassenden Service in Top-Lagen kombinieren.

Zielgruppe 17: Kleinbürgerliche Mid-Ager

- **45- bis 65-jährige Singles/Paare mit einem solide-bescheidenen Wohnkonzept (WohnMatrix: 502/503/504); Durchschnittsalter: 57,3 Jahre; 4,3% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Häufig in mittelgroßen Mietwohnungen, jedoch auch im Einfamilienhaus und dem Reihenhaus/der Doppelhaushälfte in West**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Mittelgroße Mietwohnungen, Einfamilienhaus und Reihenhaus/Doppelhaushälfte in West**

Die Gruppe der kleinbürgerlichen Mid-Ager zeichnet sich zunächst durch ein unterdurchschnittliches Bildungsniveau und eine unterdurchschnittliche Kaufkraft aus. Der Lebensstil ist unauffällig und bescheiden. Man unternimmt vergleichsweise wenig, legt Wert auf Kontinuität und empfindet unvermutete Abweichungen von üblichen Routinen als störend. „Zu Hause ist es doch am schönsten“ ist das Credo dieser Zielgruppe. Auch Freizeitaktivitäten spielen sich häufig zu Hause oder im Quartier ab; zum Beispiel wird der Fernsehabend einem Theater- oder Kinobesuch regelmäßig vorgezogen.

Ähnlich bescheiden wie der Lebensstil ist auch die Wohnsituation dieser Zielgruppe: man wohnt in einfach ausgestatteten Wohnungen, die häufig bürgerlich-konventionell eingerichtet sind, wobei Mobiliar und Materialität meist nicht über einen besonders hochwertigen Charakter verfügen, ausgenommen "beste Stücke", die - entweder ererbt oder erspart - zeigen sollen, was man hat. Die Wohngebäude sind oftmals schon älter und zeigen nicht selten Erneuerungs- und Modernisierungsbedarf.

Trotz einer geringen Anspruchshaltung zeigt sich bei diesem Typus häufig eine Diskrepanz zwischen den Wohnvorstellungen und der tatsächlichen Wohnsituation. Oftmals betrifft dies die Wohnung selbst, aber auch Beeinträchtigungen und Belastungen im Wohnumfeld sind für diesen Lebensstiltyp oft problembehaftet. Die Wohnzufriedenheit ist unter den Mid-Agern insgesamt am gerings-

ten – das soziale Umfeld, insbesondere die Sauberkeitsverhältnisse in der Wohngegend – werden vehement kritisiert.

Entsprechend sind dieser Zielgruppe die Kriterien Sicherheit, Sauberkeit und "Ordnung" im Wohnumfeld wichtig beziehungsweise man zeigt gegenüber derartigen Beeinträchtigungen keine/oder kaum Toleranz. Die barriere-reduzierte Ausstattung der Wohnung spielt (noch) eine untergeordnete Rolle; angesichts der Unzufriedenheit mit der Wohnsituation gibt es bei den Mid-Agern (noch) andere Problemfelder, die im Vordergrund stehen.

An Heidelberg werden von dieser Zielgruppe hauptsächlich die landschaftlichen Lagequalitäten als positiv empfunden, Baustellen hingegen als störend.

Einen Umzug möchten – trotz wahrgenommener Defizite in Bezug auf die eigene Wohnsituation und den Wohnstandort Heidelberg – jedoch nur die Wenigsten in Kauf nehmen, wohl auch bedingt durch die vergleichsweise geringen ökonomischen Ressourcen, die dieser Gruppe zur Verfügung stehen. Das allerdings macht deutlich, dass über kurz oder lang barriere-reduzierende Maßnahmen auch in der ("ungeliebten") Wohnung wichtiger werden dürften.

Zielgruppe 18: Anspruchsvolle Senioren

- **Ab 65-jährige Singles/Paare mit einem konventionell-situierten Wohnkonzept (WohnMatrix: zumeist 104); Durchschnittsalter: 73,1 Jahre; 3,4% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Zwei Drittel leben im Wohneigentum in bevorzugten Wohngegenden - sowohl in Nord, Süd, Ost, West**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Wohneigentum in bevorzugten Wohngegenden - sowohl in Nord, Süd, Ost, West**

Bei dieser Gruppe handelt es sich um ökonomisch und sozial vergleichsweise gut situierte Senioren. Man „ist in die Jahre gekommen“ und legt Wert auf Komfort und Sicherheit.

Mit dem Wohnstandort und der eigenen Wohnsituation sind anspruchsvolle Senioren insgesamt zufrieden: Man wohnt häufig in gut erhaltenen Gebäuden in besseren Wohnlagen und verfügt über eine höherwertig ausgestattete Wohnung. Das zeigt sich insbesondere in gediegenen Materialien (Parkett, Granit et cetera) und einer sehr guten Pflege von Einrichtung und Wohnung.

Im Vergleich zu den kleinbürgerlichen Senioren haben anspruchsvolle deutlich höhere Wohnanforderungen. Die entsprechenden Wohnwünsche – Wohnungen mit gepflegtem Garten in ruhigen Stadtteillagen oder im Grünen mit guter Siedlungs- und Sozialstruktur et cetera; gehobene Anforderungen an Küche und Bad – konnten aufgrund des hohen Einkommens weitgehend erfüllt werden.

Im Verhältnis zur Gesamtgruppe der Senioren ist man vergleichsweise progressiv eingestellt. Dies zeigt sich beispielsweise in einer hohen Aufgeschlossenheit gegenüber senioren-gerechten Wohnformen und wohnungsnahen Dienstleistungen. Anspruchsvolle Senioren sind durchaus dazu bereit, sich bei lästigen oder anstrengenden Tätigkeiten im Alltag durch Dienstleister unter-

stützen zu lassen – dies würde man sich auch etwas kosten lassen. Dies zeigt, dass im Zuge weiterer Pluralisierungstendenzen auch in den älteren Gruppen möglicherweise mit der Etablierung einer Gruppe von "dynamischen Senioren" zu rechnen ist, die sich dann wie in den jüngeren Lebensphasen schon heute deutlicher vom Spektrum der anspruchsvollen Senioren abhebt.

An Heidelberg werden seitens der anspruchsvollen Älteren sowohl die Wohnlagequalitäten als auch die Kultur/das kulturelle Angebot sowie das soziale Umfeld besonders geschätzt. Lediglich mangelnde Einkaufsmöglichkeiten und die neuere Innenstadtentwicklung werden zuweilen kritisiert. Die Bindung an die Stadt ist insgesamt sehr hoch.

Stellt man innerhalb dieser Gruppe die unter- und ab 75-Jährigen gegenüber, so zeigt sich: Gerade die Hochaltrigen ab 75 möchten besonders selten umziehen und sind mit ihrer Wohnsituation sehr zufrieden. Mit fortschreitendem Alter wird der Verbleib in der eigenen Wohnung jedoch zunehmend schwieriger. Für Anbieter seniorengerechter – auch höherpreisiger – Wohnungsangebote (Residenzen), entsprechender baulicher Anpassungen und Dienstleistungen ist diese Klientel gerade ab 75 Jahren aufgrund der oben aufgeführten Aufgeschlossenheit ein dankbarer (potenzieller) Kunde.

Zielgruppe 19: Kleinbürgerliche Ältere

- **Ab 65-jährige Singles/Paare mit einem solide-bescheidenen Wohnkonzept (WohnMatrix: zumeist 506); Durchschnittsalter: 75,1 Jahre; 6,6% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: 60% leben im Wohneigentum, häufig in West (Pfaffengrund, Wieblingen), Rohrbach und Ost**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Wohneigentum in West (Pfaffengrund, Wieblingen), Rohrbach und Ost**

Hierbei handelt es sich um zurückgezogene, sehr bescheidene Seniorenhaushalte. Man bleibt am liebsten zu Hause, schaut fern oder liest.

Diese einkommensschwache Gruppe wohnt häufig in sehr einfachen, bürgerlich-konventionell eingerichteten Wohnungen. Die Ausstattungsanforderungen sind insgesamt gering: Kleinere Wohnungen mit Kochnische sind oftmals ausreichend. Jene, die Eigentum bewohnen, finden die Wohnung (sogar) oftmals zu groß beziehungsweise das dortige Leben aufgrund von Barrieren et cetera zu beschwerlich. Überdurchschnittliches Interesse besteht in diesem Zusammenhang an einer seniorengerechten Ausstattung, wobei sich Bereitschaft und Möglichkeiten zur Umsetzung einer solchen aufgrund der damit verbundenen Kosten in Grenzen halten. Darüber hinaus legt man viel Wert auf Sauberkeit und Ordnung im Wohnumfeld.

Bedingt dadurch, dass man oftmals in den eher weniger bevorzugten Wohnlagen in Wohnungen eher geringerer Gebäudequalität wohnt, zeigt sich im Vergleich zu den Anspruchsvollen eine deutlich geringere Wohnzufriedenheit.

Es wird vergleichsweise selten Kritik an Heidelberg geäußert, wenn dann häufig wegen der Politik, Baupolitik und der Innenstadtentwicklung.

Kleinbürgerliche Senioren versuchen, sich „mit dem, was man hat“ zu arrangieren und möchten auf jeden Fall weiterhin im angestammten Quartier wohnen. Lieber in der barrierefrei/-arm ausgestatteten Wohnung zu bleiben als umzuziehen, gilt insbesondere für die ab 75-Jährigen dieser Zielgruppe. Da gravierende Veränderungen der Wohnungsausstattung in Richtung seniorenrechtliches Wohnen aufgrund der Einkommenssituation schwerlich machbar sind und man diesbezügliche Wohnformen und wohnungsnahen Dienstleistungen gegenüber wenig aufgeschlossen ist, ist entsprechende Überzeugungs-/Informationsarbeit (Wohnraumanpassungsberatung et cetera) essentiell, um Umzüge in Alters- oder Pflegeheime zu verhindern. Hier geht es jedoch mehr um möglichst kostengünstige Veränderungen in der Wohnung (Haltegriffe et cetera) und bezahlbare Unterstützungsleistungen sozialer Träger.

Zielgruppe 20: Einfach-Funktionale

- **Bewohner aller Altersgruppen und Haushaltszusammensetzungen mit einem Einfach-Funktionalen Wohnkonzept; Durchschnittsalter: 61,7 Jahre; 7,5% der Heidelberger Bevölkerung**
- **Momentane Wohnsituation: Wohnen häufig in kleinen bis mittelgroßen Mietwohnungen; vergleichsweise häufig in Boxberg, Emmertsgrund**
- **Bevorzugte Wohnsituation: Kleine bis mittelgroße Mietwohnungen in West; mittelgroße Mietwohnungen oder kleine Eigentumswohnungen in Süd**

Für einfach-funktionale Haushalte ist charakteristisch, dass sie mit ihrer Lebenssituation im Allgemeinen oft sehr unzufrieden sind. Häufig verfügen sie über ein niedriges Bildungsniveau und ein geringes Einkommen, sodass ihnen die Optionen zur Verbesserung ihrer Lebenslage fehlen. Hierdurch bedingt fühlt sich diese Gruppe häufig ausgeschlossen, verfügt über Zukunftsängste und weist eine ausgeprägte Skepsis gegenüber Neuem und Fremdem auf. Dieser Typus erstreckt sich – im Gegensatz zu den zuvor dargestellten Zielgruppen – über verschiedene Altersklassen, allerdings findet sich hier ein relativ hoher Anteil Älterer, die bezüglich ihrer Perspektiven oft resigniert haben.

Einfach-funktionale leben häufig in einfachen Verhältnissen in den wenig präferierten Wohngebieten und sind hiermit trotz geringer Ansprüche unzufrieden: Sowohl bei der Wohn- (betrifft vor allem das soziale Umfeld), als auch bei der Standortqualität ergeben sich die geringsten Zufriedenheitswerte. Charakteristisch ist für diese Gruppe, dass bezogen auf die Wohnform teilweise unrealistische Wohnpräferenzen angegeben werden, beispielsweise Eigentumswohnungen in Süd. Aufgrund der teilweise sehr knapp bemessenen ökonomischen Ressourcen ist jedoch nicht davon auszugehen, dass diese Wünsche tatsächlich realisiert werden können. Bei abgefragten Ausstattungskriterien ergibt sich insgesamt eine geringe Nachfrage beziehungsweise Zahlungsbereitschaft. Dies gilt insbesondere für höherwertige Materialien und energetische Maßnahmen/Ausstattungskriterien.

Als Kritik an Heidelberg nennen Einfach-Funktionale häufig die Stadtentwicklung und das soziale Umfeld.

Die Bindung an Heidelberg ist insgesamt gering. Von Jenen, die umziehen möchten, visieren sehr Viele einen Stadtteilwechsel an.

8. Handlungsfelder für die weitere Wohnungs- und Stadtentwicklungspolitik

An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass es sich im Folgenden um Handlungsfelder handelt, die aus den erhobenen statistischen Daten abgeleitet wurden. Konkrete Maßnahmen sind vor Ort auf Mikroebene unter Berücksichtigung weiterer Datenquellen (Analyse der Angebotssituation vor Ort, beispielsweise im Zuge von Wohnungsmarktanalysen, IS24-Analysen¹⁴), der bisher eingeleiteten Maßnahmen und der damit gewonnenen Erfahrungen und des Fachwissens der spezifischen Institutionen und Abteilungen zu entwickeln. Bei der Reihenfolge und der Auswahl folgender Punkte wurden nicht nur die Befragungsergebnisse berücksichtigt, sondern auch, welche Kriterien wohnungs- und stadtentwicklungspolitisch am stärksten beeinflusst werden können.

8.1. Allgemeine Handlungsfelder

8.1.1 Wohn- und Standortqualitäten

Zunächst ist nochmals zu untermauern, dass die Wohn- und Standortqualität in Heidelberg insgesamt positiv bewertet wird. Dennoch sind Handlungsfelder herauszuarbeiten deren Optimierung zu einer weiteren Steigerung der Lebensqualität in Heidelberg beitragen würde.

Gebäudesubstanz:

Bei der Wohnqualität werden der bauliche Zustand und vor allem die Wärmedämmung, primär seitens der Mieter, kritisch bewertet:

- In der Stadtteilgruppe Mitte wird - sowohl in Altstadt als auch Weststadt - besonders häufig die Wärmedämmung bemängelt (in Weststadt wird zusätzlich Kritik am baulichen Zustand geäußert). Kritik wird oftmals von jüngeren Gruppen, die dort häufig wohnen (beispielsweise dynamische Studenten, dynamische Starter, dynamische Familien, häusliche Studenten, anspruchsvolle Konsolidierer) geäußert.
- In der Stadtteilgruppe Süd - betrifft Emmertsgrund und Boxberg - werden der bauliche Zustand des Wohngebäudes und die Fassadengestaltung sehr kritisch betrachtet; in Boxberg erhält zusätzlich die Wärmedämmung eine sehr kritische Bewertung.
- Bei der Stadtteilgruppe Ost ergibt sich für Schlierbach die kritischste Bewertung der Wärmedämmung.

Die Befragten offenbaren weiterhin ein hohes Interesse an energetischen Modernisierungsmaßnahmen. Interesse besteht insbesondere an energieeffizien-

¹⁴ Die InWIS Forschung & Beratung GmbH ist Kooperationspartner von ImmobilienScout24 und besitzt vollen Zugriff auf alle Angebotsdaten sowie deren differenzierten Merkmale. Der Vorteil besteht darin, dass die Objekte georeferenziert sind, so dass auch kleinräumige Aussagen zur Zahl der Wohnungsangebote, zur Struktur der Angebote (Baujahr, Größe, Ausstattung), zu Angebotspreisen sowie zu den Nachfragen, die diese Angebote auslösen, getroffen werden können. Aus der Gegenüberstellung der IS24-Datenbank mit den Befragungsdaten können zusätzliche Erkenntnisse darüber gewonnen werden, inwieweit die Zielorte und Wohnpräferenzen mit den generellen Nachfragepräferenzen übereinstimmen. Neben dem Eigentumsmarkt lässt sich auch der Mietwohnungsmarkt über die Datenbank dezidiert abbilden.

ten Heizungen, an einem Wärmedämmverbundsystem und einer Thermoverglasung. Hierbei zeigt sich, dass insbesondere Jüngere (beispielsweise dynamische Starter, anspruchsvolle Starter), einkommensstärkere Nachfragergruppen und Familien allgemein ein hohes Interesse an diesen Maßnahmen haben.

Wohnungsausstattung und Wohnungsangebot:

Weiterhin legt die Befragung ein hohes Interesse und auch zusätzliche Zahlungsbereitschaft für eine Reihe von Ausstattungsmerkmalen offen: vor allem Balkon, große Fensterflächen/viel Licht, Keller und Garten. Nach Zielgruppen differenziert ergeben sich folgende Auffälligkeiten:

- **Jüngere** legen besonders hohen Wert auf den Balkon (gilt vor allem für Dynamische, Familiäre) und viel Licht/große Fensterflächen (gilt vor allem für Anspruchsvolle).
- Bei Personen in der **Konsolidierungsphase** (diese verfügen bereits über eine überdurchschnittliche Kaufkraft) stellt sich zusätzlich ein erhöhtes Interesse an höherwertigen Materialien wie Granit, Parkett ein (gilt vor allem für Anspruchsvolle); auch der PKW-Stellplatz gewinnt an Relevanz; die Dynamischen in dieser Phase weisen neben dem weiterbestehenden Interesse an großen Fensterflächen, dem Balkon (beziehungsweise mittlerweile auch an der Terrasse) ein erhöhtes Interesse an speziellen Wohnformen (Maisonette-Wohnung) auf; für die häuslichen Konsolidierer gewinnen ein besonders schönes Badezimmer, der Garten und Abstellmöglichkeiten/der Keller an Relevanz.
- Bei **Familien** manifestiert sich die Relevanz des Gartens und des Badezimmers, hinzu kommt das hohe Interesse an einem Gäste-WC; ein starkes Interesse für höherwertige Materialien ergibt sich bei den Familien besonders für die Anspruchsvollen - diese weisen auch ein erhöhtes Interesse an der Maisonette-Wohnung auf.
- **Bei den Mid-Agern** (gilt vor allem für Kommunikativ-dynamische, Anspruchsvolle) zeigt sich weiterhin ein erhöhtes Interesse an höherwertigen Materialien; bei den Häuslich-familiären ist die fortwährende Relevanz des Badezimmers deutlich erkennbar; zusätzlich setzt das Interesse an einer alten-/behindertengerechten Wohnungsausstattung ein.
- Bei den **Älteren** ergibt sich bei den analysierten Ausstattungsmerkmalen ein hohes Interesse vor allem für die alten-/seniorengerechte Ausstattung.

Folgende Handlungsfelder können also abgeleitet werden:

- Die Gebäudesubstanz ist gemäß der Befragten gerade im Mietwohnungsbereich - vor allem in den oben aufgeführten Stadtteilen - verbesserungsbedürftig. Gleichzeitig besteht ein hohes Interesse inklusive Zahlungsbereitschaft insbesondere für energetische Modernisierungsmaßnahmen. Da die Stadt hier kaum direkten Einfluss hat - dies gilt auch für weitere, noch folgende Aspekte - kann hier vor allem dazu angeraten werden, den Diskurs mit den verschiedenen Akteuren der Wohnungswirtschaft zu suchen beziehungsweise zu verstärken. Da private Vermieter oftmals nur über ein begrenztes Kapital verfügen, sollten diese beispielsweise über entsprechende Informationen und Hilfestellungen beim Zugang zu Subventionen (insbesondere bei Fördermöglichkeiten zu energetischen Sanierungen) unterstützt werden. In diesem Kontext könnte beispielsweise ein Beratungsbüro eingerichtet werden. Ein solches Beratungsbüro könnte als zentrale Anlaufstelle insbesondere auch private Eigentümer dabei unterstützen, ihre (selbstgenutzten oder vermieteten) Bestände hinsichtlich baulich-technischer Anforderungen (beispielsweise energetische Modernisierung) aber auch hinsichtlich der Zielgruppenansprache (wie Schaffung gemeinschaftlicher Wohnformen) zu optimieren. Häufig stellen zum Beispiel Förderanträge und Antragsformulare nicht zu unterschätzende Hürden für Private dar, die dazu führen, dass nichts beziehungsweise kaum etwas umgesetzt wird. Wir empfehlen daher die Schaffung eines "Beratungszentrums Bauen und Wohnen" oder ähnliches.
- Das sehr hohe Interesse an energetischen Modernisierungen gerade bei wachsenden Ziel-/Nachfragergruppen lässt die Zielsetzung des Stadtentwicklungsplanes 2015 in Bezug auf die Unterstützung der Stadt Heidelberg in punkto energiesparendes, ökologisches Bauen klar untermauern.
- Die Wirtschaftlichkeit energetischer Modernisierungsmaßnahmen für den Investoren (nicht die Nutzer) hängt sehr stark von externen Effekten ab, die für den Investor selbst nicht immer zu beeinflussen sind (Lage, Preisniveau am Markt et cetera). Daher ist zu empfehlen, vor allem größere Bestandshalter dabei zu unterstützen, portfoliostrategische Bewertungssysteme einzuführen und umzusetzen. Diese ermöglichen eine gezielte Steuerung von Modernisierungsmaßnahmen hinsichtlich ihrer Anwendung überhaupt wie auch der Intensität der Umsetzung. So kann es zum Beispiel in einem Stadtteil sinnvoll sein, zunächst kleinere Maßnahmen, wie den Einbau neuer Heizungssysteme, umzusetzen, um eine zu große Preissteigerung zu vermeiden, gleichzeitig aber bereits die energetische Modernisierung anzustoßen und Energieverbräuche zu senken. In anderen Stadtteilen mit einem anderen Marktumfeld hingegen kann auch die energetische Vollmodernisierung eine Variante sein. Die portfoliobezogene Betrachtung solcher Szenarien hilft dabei, herauszufiltern, wo mit kleinem Mitteleinsatz große Effekte erzielt werden können.

- Beim Wohnungsbau und bei der Bestandsverwaltung sollten weiterhin die Ausstattungsmerkmale mit einem hohen Interesse inklusive Zahlungsbereitschaft eine besondere Berücksichtigung finden (siehe weiter oben). Neben dem Keller ist der Balkon ein essentielles Ausstattungskriterium für die Heidelberger. Auch für den Garten besteht - insbesondere bei den familiären Gruppen - hohes Interesse. Sowohl in der Bestandserneuerung als auch im Neubau sollte die Schaffung privaten wohnungsnahen Freiraums angestrebt beziehungsweise unterstützt werden (Mietergärten, Information der Eigentümer zu Fördermöglichkeiten beim Balkonanbau et cetera).
- Wohnungsneubau: Die Entwicklung von Neubauprojekten für verschiedene Zielgruppen an neuralgischen Punkten der Stadtentwicklung kann dazu beitragen, das Image und die Wertigkeit von umgebenden Quartieren und Stadtteilen zu verbessern beziehungsweise zu erhöhen. Besonders zu nennen sind die vielfach zu beobachtenden positiven Ausstrahlungseffekte, die von Neubauten im städtischen Kontext ausgehen. Die Stadt könnte in einer konzertierten Aktion mit vielen Investoren und Unternehmen anstreben, ein attraktives Neubauprogramm aufzulegen, um einerseits attraktive Zielgruppen zu bedienen (siehe weiter unten) und um andererseits die städtebauliche und bauliche Qualität voranzubringen.

Wohnumfeldspezifische Maßnahmen:

Die Studie legt für einzelne Stadtteilgruppen folgende Auffälligkeiten offen:

- Die Stadtteilgruppe Süd schneidet bei der Analyse der Wohnzufriedenheit hinsichtlich wohnumfeldbezogener Merkmale am negativsten ab. Bemängelt wird zunächst die Sauberkeitssituation, vor allem in Emmertsgrund und Boxberg; darüber hinaus wird in den beiden Stadtteilen das Angebot an Freizeit- und Sportmöglichkeiten beziehungsweise das kulturelle Angebot kritisiert, in Boxberg zusätzlich die Verkehrsanbindung und die Einkaufsmöglichkeiten. Die Kritik am sozialen Umfeld wird in Süd von einer Reihe von Ziel-/Nachfragergruppen geäußert: dynamische Starter (sie kritisieren die Sauberkeit und das nachbarschaftliche Umfeld; sie wollen auch häufig umziehen und den Stadtteil verlassen - häufig Richtung Weststadt); aber auch anspruchsvolle Familien (betrifft Sauberkeit, Nachbarschaft) und anspruchsvolle Konsolidierer (betrifft Nachbarschaft). Selbst Haushalte mit vergleichsweise geringen Wohnansprüchen - kleinbürgerliche Mid-Ager und Ältere - fühlen sich in der Stadtteilgruppe Süd weniger wohl als in anderen Stadtteilen (dies betrifft vor allem das soziale Umfeld).

- Die Stadtteilgruppe Mitte erhält insgesamt ebenfalls eine kritische Bewertung bei der Sauberkeit, wobei dies insbesondere Bergheim und Altstadt betrifft. In Altstadt erhält darüber hinaus die Nachbarschaft den kritischsten Wert. Diese Kritik wird sehr häufig von Kommunikativ-dynamischen – und zwar in unterschiedlichen Lebenszyklen – geäußert. So kritisieren dynamische Studenten und Starter die Nachbarschaft in Altstadt und Bergheim, dynamische Konsolidierer vor allem die Sauberkeit – ebenfalls in Altstadt und Bergheim. Auffällig ist in diesem Kontext weiterhin, dass nur sieben Prozent der Befragten die Innenstadt als Wohnlage präferieren.
- Bei der Stadtteilgruppe Ost wird in Schlierbach das Angebot an Einkaufsmöglichkeiten sowie das Angebot an Ärzten und Apotheken kritisch bewertet, in Ziegelhausen vor allem die Einkaufsmöglichkeiten, die Verkehrsanbindung und die sozialen Infrastrukturen.
- In West ergeben sich negative Bewertungen der Freizeit-, Sportmöglichkeiten und des kulturellen Angebots in Pfaffengrund und Wieblingen sowie allgemein der landschaftlichen Lagequalitäten.
- Die Stadtteile Neuenheim, Weststadt und Handschuhsheim sind innerhalb Heidelbergs die mit Abstand am stärksten bevorzugten (Wohn-) Standorte. Gemäß der Anzahl fertig gestellter Wohnungen scheint jedoch gerade bei den beiden Top-Nennungen Neuenheim und Weststadt der Raum für Neubaumaßnahmen erschöpft zu sein. Dabei sind auch bei zahlreichen anderen Stadtteilen wohnumfeldspezifische Pull-Faktoren deutlich herauszuarbeiten¹⁵: In der Altstadt sind dies vor allem die Zentralität, die Freizeit-/Sportmöglichkeiten, das kulturelle Angebot und die Infrastruktur allgemein. In West können die Verkehrsanbindung und die Einkaufsmöglichkeiten als wichtige Pull-Faktor herausgestellt werden. In Rohrbach wirken unter anderem die Einkaufsmöglichkeiten anziehend, in der Südstadt die Sicherheitslage und die Verkehrsanbindung. Für Boxberg, Emmertsgrund, Schlierbach und Ziegelhausen können als Pull-Faktoren unter anderem die landschaftlichen Lagequalitäten herausgearbeitet werden - in Ziegelhausen gilt dies zusätzlich für das soziale Umfeld.

Demnach erscheint es sinnvoll, aufwertende Maßnahmen - vor allem in weniger präferierten Gebieten - zu initiieren, um diese für interessante Zielgruppen attraktiver zu machen und somit der Marktverknappung in den bevorzugten Gebieten entgegenzuwirken. Dies betrifft vor allem:

¹⁵ Neben der Analyse der Wohnzufriedenheit stellt ein weiterer wichtiger Indikator zur Herausarbeitung von Push- und Pull-Faktoren in diesem Kontext auch die Frage dar, wo man am liebsten wohnen möchte und wie dies begründet wird.

- Verbesserung der Sauberkeitssituation: vor allem in Mitte (Bergheim, Altstadt), Süd (Boxberg, Emmertsgrund).
- Maßnahmen zur Stabilisierung der sozialen Situation: betrifft primär Mitte (vor allem Altstadt), Süd (Boxberg, Emmertsgrund).
- Infrastrukturelle Verbesserungen: betrifft Einkaufsinfrastruktur (Schlierbach, Boxberg), medizinische Infrastruktur (Schlierbach), soziale Infrastrukturen (Ziegelhausen), freizeit-/sportorientierte Infrastrukturen/kulturelles Angebot (Pfaffengrund).
- Aufwertung der Attraktivität der Innenstadt als Wohnquartier unter anderem durch dargestellte Wohnumfeldverbesserungen, durch Verbesserung der Gebäudesubstanz und durch Rückbaumaßnahmen bei gleichzeitigem Neubau und Umbau im Bestand.

Übergreifend zum Punkt Wohn- und Standortqualität kann letztlich aufgeführt werden:

- Es ist es allgemein von hoher Relevanz, in den weniger präferierten Stadtteilen die vorhandenen Pull-Faktoren zu stärken beziehungsweise Push-Faktoren abzubauen. Die Auswertungen zeigen entsprechende Ansatzpunkte, die sich häufig auf die Gebäudesubstanz und das Wohnumfeld beziehen (siehe weiter oben). Insofern sollten in moderierten Verfahren Eigentümer bewegt werden, auch in diesen, für sie weniger renditeträchtigen Stadtteilen, Investitionen im vernünftigen Maß zu tätigen oder diese jedenfalls nicht völlig zu unterlassen. Gleichzeitig kann die Stadt versuchen, durch städtebauliche oder soziale Programme und Maßnahmenpakete Missstände zu beheben oder auch neue Attraktoren zu schaffen, die gegebenenfalls neue Zielgruppen interessieren könnten. Zum Beispiel kann es ein Weg sein, durch die kreative Revitalisierung und Umnutzung von brach gefallenen Flächen oder älteren Gebäuden mit neuen, kreativen Nutzungen auch junge, dynamische Zielgruppen anzusprechen, für die ein "perfektes Stadtbild" nicht zwingend erforderlich ist, die aber durch ihre Anwesenheit zu einer Aufwertung des Gebietes beitragen.

8.1.2 Ausreichendes Angebot an preiswertem Wohnraum

Die Aussagen zahlreicher Zielgruppen deuten darauf hin, dass in Heidelberg insgesamt ein Mangel an preiswerten Wohnungen und preiswertem Bauland besteht. Wie auch aus anderen Regionen bekannt, verlieren gerade die besonders gefragten Städte viele Einwohner - unter anderem bei den Familien und den kaufkräftigen Lebensstilgruppen, welche oftmals Eigentum erwerben beziehungsweise größere Mietwohnungen beziehen wollen. Sofern dies in der Stadt ihrer Wahl aufgrund der hohen Miet- und Immobilienpreise sowie dem mangelnden Wohnungsangebot nicht möglich ist, ziehen sie mitunter ins Umland und erreichen eine Optimierung in dem Sinne, dass sich die Wohnkosten reduzieren.

Dafür, dass die Wohnungs- und Baulandpreise einen Push-Faktor darstellen, sprechen folgende Ergebnisse:

- Nach der Verkehrssituation richtet sich die Kritik der Heidelberger auf die Miet-/Wohnungspreise. Nach Stadtteilgruppen differenziert wird diese Kritik am häufigsten von Bewohnern der Stadtteilgruppe Nord, gefolgt von Bewohnern der Stadtteilgruppe Mitte, genannt. Fragt man Jene, die Heidelberg verlassen möchten, nach den Voraussetzungen für einen Verbleib, so werden am zweithäufigsten die Mietpreise genannt, besonders häufig wiederum von Bewohnern der Stadtteilgruppe Nord - erneut gefolgt von Jenen der Stadtteilgruppe Mitte. Unterschieden nach Zielgruppen werden die Miet-/Wohnungspreise vor allem von Jüngeren (beispielsweise dynamische Studenten, Starter allgemein, dynamische und häusliche Konsolidierer) und Familien allgemein kritisiert bzw. als Verbleibvoraussetzungen genannt.
- In diesem Kontext zeigt sich, dass auch kaufkraftstärkere Gruppen die Miet- und Immobilienpreise kritisieren.
- Auffällig ist weiterhin, dass durch beabsichtigte Umzüge der Wohnbevölkerung eine Erhöhung der Nachfrage nach Einfamilienhäusern ausgelöst würde.

Es ergeben sich zusammenfassend folgende Handlungsfelder:

- Um eine Abwanderung - gerade jüngerer Gruppen und Familien - zu verhindern, sollte sich in Heidelberg bemüht werden, das Angebot an qualitativem, aber bezahlbarem Wohnraum - gerade in den verkehrsgünstigen Lagen - zu verbessern.
- Angesichts des Ziels der Schaffung preiswerten Wohnraums steht auch Heidelberg vor der Problematik knapper werdender Flächenreserven. Neben den im Stadtentwicklungsplan 2015 dargestellten Postulaten - Zielsetzung einer hohen Bebauungsdichte/Schließung von Baulücken, Vorrang für preiswertem Wohnraum beim Wohnungsneubau, Unterstützung stadtteilbezogener Wohnungstauschprojekte - sind in diesem Kontext folgende Handlungsfelder zu nennen: Entwicklung von Konzepten für die Umnutzung von mindergenutzten Flächen oder Flächen, die durch den Rückbau von leerstehenden Gewerbeimmobilien entstehen, Brachflächenreaktivierung, Unterstützung des Stadthauses als innerstädtisches Eigenheim (Diskussion mit Projektentwicklern, Werben für das Produkt).

- Auch durch die Forcierung und Beschleunigung von Neubauprojekten für unterschiedliche Zielgruppen kann es gelingen, günstigen neuen Wohnraum zu schaffen. Dabei sollte nicht ausschließlich auf die klassischen Träger des sozialen Wohnungsbaus verwiesen werden. Auch zum Beispiel große Industrieunternehmen beziehungsweise Unternehmen aus wissensintensiven Branchen haben ein wachsendes Interesse, in Universitätsstädten wie Heidelberg ausreichend günstigen und guten Wohnraum zur Verfügung zu stellen, um weiterhin ausreichend ausgebildetes Personal akquirieren zu können. Diese Unternehmen und Akteure verfügen jedoch über keinerlei Erfahrung im Bau und in der Vermietung von Wohnraum, weshalb sie auf Partnerschaften angewiesen sind. Die Stadt kann durch eine konzertierte Aktion (etwa "Masterplan-Prozess"; "Initiative Neues Wohnen in Heidelberg" oder ähnliches) solche Akteure einbinden, indem sie einen solchen Prozess auf eine breite Basis stützt. Verschiedene Städte gehen solche Prozesse mittlerweile auch "aus der Not heraus" an, zum Beispiel München mit den Programmen "Wohnen in München I-V" oder auch Dortmund mit einem umfangreichen Masterplan-Prozess. Durch das Zusammenbringen verschiedener Akteure können Mehrwerte erreicht werden, die vorher nicht in Sicht waren - zum Beispiel wenn das Industrieunternehmen, das dringend Wohnungen für Arbeitskräfte benötigt, mit einem Investor zusammenkommt, der die Wohnungen baut, das Unternehmen dafür aber ein Grundstück zur Verfügung stellt oder Mietgarantien abgibt et cetera.
- In Heidelberg leben vergleichsweise viele kaufkraftstarke beziehungsweise anspruchsvolle Zielgruppen. Diese haben verhältnismäßig hohe Ansprüche an das Wohnen. Daher ist zwar die verstärkte Schaffung von günstigem Wohnraum wichtig, darf aber nicht alleinige Leitlinie der Stadtentwicklungspolitik sein. Auch für die anderen Zielgruppen gilt es, adäquat ausgestattete Wohnformen vorzuhalten.

8.1.3 (Weiter-)Entwicklung des Heidelberger Arbeitsmarktes

Es zeigt sich in diesem Kontext:

- Trotz der hohen Zufriedenheit beabsichtigen 20 Prozent in den nächsten beiden Jahren eventuell umzuziehen. Mit Abstand am häufigsten werden hierbei berufliche Gründe genannt. Dies ist insbesondere bei Jüngeren der Fall.
- Fragt man die potenziellen Umzügler nach den Voraussetzungen für einen Verbleib in Heidelberg, so zeigt sich, dass ein Verbleib vor allem vom Arbeitsplatzangebot abhängig gemacht wird (gilt insbesondere für Studenten und Starter). Auch ältere Zielgruppen (beispielsweise anspruchsvolle Konsolidierer und Familien, kleinbürgerliche Mid-Ager, anspruchsvolle Familien) nennen als Voraussetzung häufig das Arbeitsplatzangebot.
- Gerade um jüngere Zielgruppen an die Stadt zu binden ist eine weitere Stärkung der regionalen Ökonomie nötig. Entscheidend für die Bindung beziehungsweise Rückgewinnung der entsprechenden Gruppen wird also auch der weitere Ausbau eines adäquaten Angebots an attraktiven Arbeitsplätzen sein, um das hohe (Innovations-)Potenzial, welches Heidelberg als Universitätsstadt und Magnet gerade für junge qualifizierte (künftige) Arbeitskräfte innehat, noch besser nutzen zu können.

8.1.4 Verbesserung der Verkehrssituation

- Die Verkehrssituation ist einer der Hauptkritikpunkte an Heidelberg, was für Befragte aller Lebenszyklen gilt. Die Verkehrssituation - und darüber hinaus auch die Parkmöglichkeiten - werden besonders häufig von Dynamischen, die in Mitte wohnen, kritisiert.
- Diesbezügliche Verbesserungen, vor allem bei der Ampelschaltung, würden die Zufriedenheit der Bewohner weiter stärken. Allerdings ist dieser Punkt nicht als primärer Push-Faktor anzusehen, da allein aufgrund der Verkehrssituation kaum jemand wegziehen wird. Dennoch ist insbesondere bei Berufspendlern damit zu rechnen, dass dieser Faktor in die Überlegungen zur Wohnstandortwahl einbezogen wird.

8.1.5 Vermittlung zwischen den Generationen

- Auch in Heidelberg zeigen sich zuweilen die typischen Generationenkonflikte, mit denen gerade Wohnungsunternehmen zu kämpfen haben: Jüngere Gruppierungen bemängeln Einschränkungen ihres Lebensstils beispielsweise durch "zu viele Auflagen", Beschwerden Älterer et cetera. Für ältere Zielgruppen ist das soziale Umfeld von extrem hoher Relevanz; gerade hier werden jedoch Beeinträchtigungen - hervorgerufen durch jüngere Zielgruppen (Ruhestörungen, Mieterpflichten wie Treppenhausreinigung werden nicht wahrgenommen et cetera) - aufgeführt.

Daraus lassen sich folgende Handlungsfelder ableiten:

- Besonders Wohnungsunternehmen (Bestandshalter) werden von der wachsenden Überalterung und dem Auseinanderdriften von Generationen und Lebensstilen betroffen sein. Daher sollten sie insbesondere im Kontext zusammenhängender Bestände ihre Belegungsmanagement-Strategien optimieren und operationalisieren, um Konflikte möglichst zu vermeiden. Zunächst können durch aufmerksame Beobachtung der Quartiere Konfliktpotenziale erkannt und räumlich verortet werden. Wenn gleichzeitig eine Anpassung der zielgruppenstrategischen Ausrichtung in der Vermietung erfolgt, kann durch gezielte Neuvermietung verhindert werden, dass die Konflikte weiter wachsen. Klassisches Beispiel ist die Vermeidung der Belegung von lärmempfindlichen Haushalten und Großfamilien in engem räumlichem Zusammenhang. Mit Kenntnis von Lebensstilzusammenhängen kann weitaus differenzierter darauf geachtet werden, welche neuen Nachbarn in eine bestehende Nachbarschaft passen könnten. In jedem Fall sollte jedoch eine strukturelle Diskriminierung von Haushalten vermieden werden. Das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz sieht zwar für Vermieter Ausnahmeregelungen vor, dennoch sollte versucht werden, verschiedene Gruppen zu integrieren. Vermieden werden kann jedoch die Überforderung von Nachbarschaften durch zu viele verschiedene Gruppen in räumlicher Nähe. Um eine zielgruppenorientiertere Vermietungspolitik zu ermöglichen, wird beispielsweise bei InWIS momentan an einem entsprechenden Produkt gearbeitet. Dies würde es bei Mietinteressenten anhand von Fragen zu Wohnwünschen, soziodemographischer Fragen und Kernfragen zum Lebensstil ermöglichen, diese nach Zielgruppen zu segmentieren. Stellt man dies der zielgruppenspezifischen Eignung des Portfolios in den verschiedenen Quartieren gegenüber, könnten für die Interessenten besser passende Gebiete gefunden und somit an verschiedenen Stellen Konflikte per se vermieden werden.
- Wohnungsunternehmen und hier besonders Wohnungsgenossenschaften haben überdies die Möglichkeit, mit ihren Kunden in Kontakt zu treten und durch eine verstärkt quartiers- und nachbarschaftsbezogene Kundenbetreuung die Stabilisierung von Nachbarschaften zu unterstützen. In diesem Kontext bietet sich auch die spezielle Betreuung älterer Zielgruppen an, um deren Integration in das Quartier zu gewährleisten. An dieser Stelle sei beispielhaft auf das Bielefelder-Modell hingewiesen (siehe 8.2.3).

- Besonders in Gebieten mit einem schwierigen sozialen Kontext können Wohnungsunternehmen und Kommunen durch die gemeinsame Planung und Umsetzung von Maßnahmen auch "schwierige" Gruppen, wie zum Beispiel Jugendliche erreichen; durch eine stringente Einbindung in Förderung und Jugendarbeit (als Beispiel) können Konflikte mit anderen Gruppen im Stadtteil oft moderiert oder verhindert werden.

8.2. Zielgruppenspezifische Empfehlungen

Es ist an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass im Folgenden nicht mehr jeder "Detailwunsch" der aufgeführten Zielgruppe dargestellt wird. Dies ist den Profilen einzelner Wohntypen zu entnehmen (siehe 7.2).

8.2.1 Angebote für junge Haushalte

Für junge Studierende und Berufstätige sind neben der Nähe zum Arbeits- und Ausbildungsplatz auch Kriterien der Wohnlage und des Wohnumfeldes - wie Zentralität, Lifestyleangebote, Ambiente, gastronomische Angebote und Einzelhandelsinfrastrukturen - entscheidend für die Wohnungs- und Standortwahl. Insofern zieht es diese Haushalte oftmals in die urbanen, zum Teil auch suburbanen Wohnviertel, in denen sie das gewünschte Lifestyleangebot und die Nähe zum Ausbildungs- und Arbeitsplatz finden.

Die Detailanalysen zeigen weiterhin folgende Erkenntnisse auf:

- Zunächst ist zu konstatieren, dass die jüngere Bevölkerung der Stadt Heidelberg eine hohe Wertschätzung entgegenbringt. Hervorgehoben werden die Zentralität, die sport- und freizeitorientierte Infrastruktur (dynamische Studenten, dynamische Starter, dynamische Konsolidierer), die Vielseitigkeit/Vielfältigkeit (häusliche Studenten, anspruchsvolle Studenten, häusliche Starter), die Kultur/das kulturelle Angebot (anspruchsvolle Studenten, anspruchsvolle Starter) sowie die Wohnlagequalitäten (häusliche Starter, häusliche Konsolidierer).
- Betrachtet man zunächst die Studenten, so zeigt sich, dass gerade die am stärksten vertretene Gruppe - dynamische Studenten - in kleineren Mietwohnungen in Mitte lebt und dies auch mit Abstand die präferierte Wohnform ist. In diesem Kontext ergibt sich jedoch, dass diese eher gering verbundene Gruppe vergleichsweise häufig wegen den Mietpreisen umziehen möchte. Darüber hinaus übt sie oftmals Kritik an der Gebäudesubstanz und der Wohnungsausstattung. Anspruchsvolle Studenten haben bereits in dieser Lebenszyklusphase vergleichsweise hohe Wohn- und auch Wohnumfeldanforderungen. Als Voraussetzung für einen Verbleib in Heidelberg wird häufig das Wohnungsangebot (Präferenz: kleine bis mittelgroße Mietwohnungen in Nord) angegeben.

- Auch die dynamischen Starter, die ebenfalls häufig in Mitte leben, kritisieren oftmals die Mieten, die Gebäudesubstanz und die Wohnungsausstattung. Sie streben nach kleinen bis mittelgroßen Mietwohnungen in Mitte oder Nord. Kritik an den Miet-/Wohnungspreisen wird weiterhin von den häuslichen Startern aufgeführt, einer Gruppe, die häufig in West lebt und dort kleine bis mittelgroße Mietwohnungen, jedoch auch kleinere Eigentumswohnungen oder das Miethaus nachfragt. Anspruchsvolle Starter fragen oftmals mittelgroße Mietwohnungen in prestigeträchtigeren Gegenden - vor allem Nord - nach. Auch sie kritisieren die Miet-/Wohnungspreise.
- Die häuslichen Konsolidierer tendieren zu größeren Mietwohnungen oder Wohneigentum (Reihenhaus oder Doppelhaushälfte), können ihre diesbezüglichen Wünsche in Heidelberg aufgrund zu hoher Mieten/Lebenshaltungskosten oftmals jedoch nicht erfüllen und streben dies dann in anderen Städten/Gemeinden an. Anspruchsvolle Konsolidierer möchten in mittelgroßen bis großen Mietwohnungen in Nord leben. Auch sie kritisieren die Mieten/Wohnungspreise.

Es können folgende Handlungsbedarfe abgeleitet werden:

- Mit der vorgefundenen Vielfalt Heidelbergs werden die unterschiedlichen Zielgruppen insgesamt sehr gut erreicht. Allerdings hat die junge Generation auch sehr hohe Ansprüche an die Infrastruktur der Stadt. Um die Attraktivität Heidelbergs als Hochschulstandort und Magnet für junge Bevölkerungsgruppen aufrecht zu erhalten, gilt es also zunächst die diesbezüglichen Rahmenbedingungen Heidelbergs zu festigen. Dies betrifft die Verkehrsinfrastruktur, das Kultur- und Freizeitangebot für die verschiedenen Zielgruppen, die gastronomische Vielfalt, das Sportangebot, die Wohnlagequalitäten als auch allgemein das spezielle Flair einer (welt-)offenen, vielseitigen und städtebaulich attraktiven Stadt.
- Darüber hinaus gilt es, Wohnqualitäten zu erhalten und Bestände behutsam qualitativ weiterzuentwickeln. Um die bereits hohen Wohnkosten für die Jüngeren nicht weiter ansteigen zu lassen, ist in diesem Kontext zur laufenden Instandhaltung und behutsamen Teilmodernisierung anzuraten, anstatt eine umfassende Modernisierung und Mietpreiserhöhung anzustreben.
- Wie dargestellt, handelt es sich bei der jüngeren Heidelberger Wohnbevölkerung um eine hochmobile Gruppe. Gelingt es nicht, diesen Zielgruppen die Verwirklichung der durch den Übergang zum Berufsleben gestiegenen Wohnansprüche zu ermöglichen, wird die Bindung an Heidelberg schnell abnehmen. Dies untermauert die hohe Relevanz eines ausreichenden und differenzierten Angebots an bezahlbarem Wohnraum, um auch Jüngere in Heidelberg zu halten. Dies wird im Folgenden genauer expliziert.

- Für die große Mehrheit der Studenten gilt es in urbanen Wohnlagen (Mitte) ein ausreichendes und adäquates Wohnungsangebot bereit zu stellen: kleine - preiswerte - Mietwohnungen bis maximal 40 qm und vor allem ausreichend Plätze in Studentenwohnheimen. Relevante Ausstattungsmerkmale wären hier der Balkon und technische Ausstattungsmerkmale beziehungsweise diesbezügliche Voraussetzungen (Breitband-Internetzugang et cetera).
- Daraus ergibt sich auch ein interessantes Produkt für Wohnungsunternehmen, mit welchem in anderen Städten gute Erfahrungen gemacht wurde: an sich "normale" aber bezüglich des Grundrisses geeignete Wohnungen (keine gefangenen Räume) werden gezielt und mit Rabatt-Aktionen an "dynamische" Studierende vermietet. Diese bekommen dann einen eigenen (Unter-)Mietvertrag, einen Breitbandanschluss und eine grundlegende Möblierung der Gemeinschaftsräume (zum Beispiel Sofa, Küchenseite). Zudem bietet es sich manchmal an, beispielsweise im Foyer des Gebäudes, Aufenthaltsmöglichkeiten zu schaffen (Lounge, Billard, Heimkino...).
- Um den Wohnanforderungen jener Studenten mit höheren Ansprüchen gerecht zu werden, sei hier das speziell auf Studierende und junge Akademiker zugeschnittene Wohnkonzept YOUNIQ aufgeführt, welches sich wie folgt skizzieren lässt: modern eingerichtete, möblierte Einzelapartments mit privater Küche, privatem Bad; Empfang mit Concierge (klassische Hausmeistertätigkeiten, Postannahme, Ansprechpartner) und Meeting-Point; Washing lounge; Fahrradstellplätze; web-community, Parties und Veranstaltungen für Bewohner/innen; Rabatte und Vergünstigungen in angeschlossenen Restaurants, Geschäften und Clubs; Miet-Flatrate inklusive Strom, Heizung, Wasser, Highspeed-Internet und Kabel-TV. Da die überwältigende Mehrheit der Studenten kleinere, urban gelegene Wohnungen bzw. Zimmer in Studentenwohnheimen benötigt, sei nochmals verdeutlicht: hier handelt es sich um ein Sparten- und keineswegs um ein Massenprodukt.
- Dynamische Starter werden am Markt eine ähnliche Nachfrage ausbilden wie die Studierenden, allerdings suchen sie Produkte, die ihnen eine weitergehende Perspektive ermöglichen, da sie - anders als Studierende - nicht notwendigerweise davon ausgehen, Heidelberg nur "auf Zeit" zu genießen. Sie brauchen daher günstige Wohnungen mit einem einfachen Ausstattungsniveau in urbanen, zentrumsnahen beziehungsweise gut angebundenen Gebieten. In diesen sollte ihnen die Möglichkeit geboten werden, später größere oder hochwertigere Wohnungen zu finden. Besonders im Übergang der Starter zur Konsolidierungsphase (dynamische Konsolidierer) oder auch familiären Phase (dynamische Familien) werden diese Optionen gezogen. Das heißt, dass ein Quartier, in dem diese Zielgruppen sich wohl fühlen, in einem kulturell und ästhetisch ansprechenden Rahmen sowohl kleine, günstige Wohnungen für die Starter bietet, aber auch zum Beispiel hochwertigere, größere Mietwohnungen für die Konsolidierer.

- Häusliche Starter hingegen werden weitaus mehr Wert auf ein günstiges Wohnen im weniger urbanen Umfeld legen. Diese Notwendigkeit ergibt sich schon aus dem Wunsch nach großen Wohnungen. Das heißt, sie suchen durchaus auch Standorte, die Perspektiven bieten, allerdings eher in Richtung eines günstigen Reihenhauses oder einer Doppelhaushälfte. Insgesamt ist die Kaufkraft dieser Gruppen jedoch begrenzt, weshalb sie solche "Familien-Quartiere" (durchgrünte, ruhige Wohnlagen mit einem adäquaten Angebot an Kindergärten, Kindertagesstätten et cetera) in mittleren Preislagen und nicht an Top-Standorten benötigen.
- Dort werden eher anspruchsvolle Starter und Konsolidierer vor allem Mietwohnungen suchen. Auch die Starter suchen bereits mittlere Wohnungsgrößen in prestigeträchtigen Lagen, wenngleich sie dies teils noch nicht vollständig umsetzen können. Insofern wäre es wichtig, um diese Zielgruppen halten zu können, zumindest in der wahrnehmbaren Nähe von Prestigestandorten entsprechend hochwertig anmutende Starter-Mietwohnungen vorzuhalten. In diesem Kontext erscheint auch das Angebot eher unkonventioneller Wohnungsangebote aufgrund der Offenheit der Anspruchsvollen hierfür aussichtsreich.

8.2.2 Angebote für Familien

Die Analyseergebnisse zeigen Folgendes:

- Als besonders positiv ist - vor allem im Vergleich zu anderen Befragungen in Großstädten - einleitend festzustellen, dass von keiner familiären Gruppe Kritik an den familienspezifischen sozialen Infrastrukturen (Angebot an Kindergärten, Kindertagesstätten etc.) geübt wird. Im Gegenteil: Gerade häusliche Familien schätzen an den Standortqualitäten Heidelbergs gerade die "familienrelevanten Pull-Faktoren": Familienfreundlichkeit insgesamt (inklusive sozialer Infrastrukturen), landschaftliche Lagequalitäten und das soziale Umfeld.
- Die Analyse der kommunalen Statistik ergibt jedoch, dass Heidelberg bei jungen Familien an Bevölkerung verliert. Die Befragungsergebnisse zeigen, dass vor allem junge Familien häufig Kritik an den Wohnungspreisen üben und insgesamt vergleichsweise schwach an Heidelberg gebunden sind. Die potenziellen Umzügler möchten nach einem Umzug häufig Eigentum erwerben.

- Dynamische Familien sind mit Ihrer Wohnsituation insgesamt sehr zufrieden, wobei sich nach Stadtteilgruppe differenziert deutliche Unterschiede ergeben. So ist die Zufriedenheit jener, die in Mitte und vor allem in Nord leben sehr hoch. Trotzdem möchten dynamische Familien in der Stadtteilgruppe Nord häufig umziehen, und zwar aufgrund der Größe der Wohnung. Sie suchen eine größere Mietwohnung, möchten dabei gerne in ihrem Stadtteil verbleiben, das dortige Angebot ist jedoch knapp. Darüber hinaus kritisieren sie explizit die Miet- und Immobilienpreise in Heidelberg. Dynamische Familien in Süd sind mit der Wohnqualität (betrifft vor allem die Gebäudesubstanz) und der Standortqualität (betrifft vor allem die Einkaufsmöglichkeiten und die Freizeit- und Sportmöglichkeiten) unzufrieden. Auch Sie kritisieren oftmals die Miet-/Wohnungspreise und möchten ebenfalls vergleichsweise häufig wegen der Größe der Wohnung umziehen, dann häufig Wohneigentum - bevorzugt in einem anderen Ort oder zumindest einem anderen Stadtteil - erwerben. Jene, die einen Umzug anvisieren, machen ihren Verbleib oftmals vom besseren Angebot an Wohneigentum abhängig.
- Häusliche Familien möchten generell in Heidelberg bleiben, zudem besonders häufig Eigentum erwerben - möglichst in einem familienfreundlichen, ruhigen Umfeld mit guten Nahversorgungsmöglichkeiten.
- Anspruchsvolle Familien in West und Nord sind mit der Standortqualität sehr zufrieden, jedoch ergeben sich Unzufriedenheiten bei der Wohnungsgröße und dem Zuschnitt der Wohnung. Jene in Nord möchten oftmals wegen der Wohnungsgröße umziehen, dabei primär im Stadtteil bleiben und dort Wohneigentum erwerben. Anspruchsvolle Familien in der Stadtteilgruppe Süd sind mit der Wohnqualität (betrifft vor allem Wohnungsgröße und Fassadengestaltung) unzufrieden; sie wollen sehr häufig umziehen (oftmals wegen der Wohnungsgröße), dann in eine größere Mietwohnung oder das Einfamilienhaus ziehen. Sie möchten jedoch in Heidelberg bleiben.

Folgende Bedarfe können abgeleitet werden:

- Die Förderung im Wohnungsneubau sollte sich weiterhin in starkem beziehungsweise stärkerem Maße auf die Zielgruppe der Familien konzentrieren.

- Dem Sachverhalt, dass gerade jüngere Familien noch nicht über die finanziellen Ressourcen verfügen, um Eigentum zu erwerben, jedoch eine hohe Eigentumsaffinität aufweisen, kann durch das Streben begegnet werden, über eine Förderung Investoren für innovative Produkte, wie zum Beispiel Mieteinfamilienhäuser oder Miet-Reihenhäuser für Familien zu gewinnen. Erfahrungen mit diesen Objekten zeigen nicht nur eine sehr hohe Nachfrage, sondern auch sehr stabile Sozialstrukturen nahezu ohne Fluktuation. Seitens der Stadt Heidelberg könnten entsprechend spezialisierte Investoren angeworben oder in Zusammenarbeit mit örtlichen Wohnungsanbietern entsprechende eigene Produkte entwickelt werden, wobei der Stadt vor allem die Aufgabe zukäme, in Zusammenarbeit mit dem Investor geeignete Wohnbaustandorte zu entwickeln und die notwendige öffentliche Förderung bereitzustellen.
- Neben familienorientierten Wohnformen - wie größeren Wohnungen, dem Angebot von Einfamilienhäusern im Eigentum oder auch Mieteinfamilienhäusern - ist darüber hinaus ein Augenmerk auf familienorientierte Ausstattungsmerkmale zu richten. Besonders häufig werden hierbei ein Garten, ein schönes, großes Badezimmer und ein Gäste-WC gewünscht, beispielsweise von den häuslich-familiären Familien, während für Anspruchsvolle darüber hinaus höherwertige Materialien besonders wichtig erscheinen. Ferner besteht ein hohes Interesse an viel Licht/großen Fensterflächen sowie einer Garage/Stellplatz.
- Unabhängig vom Wohnort und der Kaufkraft der Familien sollten gerade in den von Familien besonders bevorzugten Wohngebieten ausreichend Grünflächen, verkehrsberuhigte Zonen und notwendige soziale Infrastrukturen im Sinne eines ausreichenden Angebotes an Kindergärten, Schulen und Spielplätzen vorhanden sein und vor allem auch langfristig aufrecht erhalten werden.
- Des Weiteren gilt es, die Attraktivität gerade der Stadtteilgruppe Süd für Familien zu steigern. Im Speziellen betrifft dies die Schaffung eines ausreichenden familienorientierten (Wohnungs-) Angebots.
- Die Auswertungen untermauern auch bei diesem Punkt die Relevanz eines differenzierten Wohnungsangebots: Häusliche Familien streben nach günstigem Wohneigentum in ruhigen Stadtteillagen oder durchgrüntem Stadtteilzentren, für dynamische Familien sind es vor allem größere Mietwohnungen in urbanen aber ruhigen Wohngebieten, für anspruchsvolle Familien sind es größere Wohnungen in prestigeträchtigen Wohngebieten.
- Zielgruppenspezifisches Stadtmarketing forcieren: Wie an verschiedenen Stellen dargestellt, schätzt der Großteil aufgeführter Zielgruppen Heidelberg und fühlt sich hier wohl. Demnach ist generell dazu anzuraten die Ergebnisse der Studie für das Stadtmarketing zu nutzen ("Heidelberg ist eine sichere Stadt" et cetera). Da Heidelberg bei jüngeren Familien an Einwohnern verliert, bietet es sich an, diese Gruppen in den Mittelpunkt künftiger Marketingaktivitäten zu stellen ("Repräsentative Studie zeigt: Heidelberg ist eine familienfreundliche Stadt" oder ähnliches).

8.2.3 Angebote für Mid Ager und Ältere

Zweifelsohne verfügt die Stadt Heidelberg über eine vergleichsweise günstige Sozialstruktur und eine - aus der Sicht vieler Großstädte - beneidenswerte demografische Struktur. So ist gemäß der aktuellen Bevölkerungsprognose noch bis zum Jahr 2020 eine Zunahme der Bevölkerung zu erwarten. Die Zahl Älterer ab 65 Jahren wird trotzdem zunehmen, dies betrifft vor allem ab 80-Jährige. Bereits dieser Befund kann als wichtiger Indikator einer Relevanzzunahme seniorengerechten Wohnens beziehungsweise seniorengerechter Wohnformen angesehen werden.

Die Studie offenbart hierzu folgende weitere Erkenntnisse:

- Im Gegensatz zu den häuslichen Mid Agern ergeben sich bei den dynamischen und anspruchsvollen Mid Agern durchaus weiterhin wohnungsspezifische Optimierungsbestrebungen: Konnten die insgesamt hohen Wohnanforderungen bislang nicht befriedigt werden, wird ein Wohnstandortwechsel noch in Erwägung gezogen. Dies kann man sich auch leisten: die beiden angesprochenen Gruppen verfügen über eine deutlich überdurchschnittliche Kaufkraft.
- Viele Bürger Heidelbergs in der postfamiliären Phase offenbaren bereits jetzt ein hohes Interesse an einer seniorengerechten Wohnungsausstattung; hervorzuheben sind hierbei die häuslichen Mid-Ager.
- Bei den Älteren ab 65 Jahren haben circa 40 Prozent Interesse inklusive Zahlungsbereitschaft an einer seniorengerechten Wohnungsausstattung. Im Mittelpunkt stehen hierbei der barrierefreie Wohnungszugang und die barrierefreie Wohnung. Knapp 40 Prozent äußern Interesse an einem Aufzug/Treppenlift als seniorengerechte Ausstattung.
- Ältere - mit Ausnahme der Einfach-funktionalen - sind mit ihrer Wohnsituation überdurchschnittlich zufrieden. Markante Ausnahmen bilden Wohnumfeldkriterien wie Sauberkeit und das soziale Umfeld.
- Weiterhin zeigt sich, dass Ältere eine extrem niedrige Umzugsneigung aufweisen; sie möchten gerne in ihrem vertrauten Wohnumfeld verbleiben.
- Der Wohnflächenverbrauch pro Kopf ist bei den Älteren deutlich überdurchschnittlich; man wohnt häufig im Eigentum. Der Sachverhalt, dass die potenziellen Umzügler in eine kleinere Mietwohnung (zwischen 40 und 80 qm) umziehen möchten, verdeutlicht, dass vielen Älteren die momentane Wohnung zu groß ist.
- Es ergibt sich weiterhin, dass für Ältere urbane Strukturen wie wohnungsnah Einkaufsmöglichkeiten (für den täglichen Bedarf) von hoher Relevanz sind. Jedoch möchte man im Grünen oder der ruhigen Stadteillage leben, gerade nicht in der Innenstadt oder zentrumsnah.

Folgende Schlussfolgerungen können getroffen werden:

- Mid-Ager: Mit zunehmendem Alter und in der Hochphase ihres beruflichen Erfolges - beziehungsweise wenn die Kinder gegebenenfalls nach und nach aus dem Haus sind - werden sich vor allem dynamische und anspruchsvolle Mid-Ager-Haushalte für eine Veränderung der Wohnsituation interessieren. Häusliche Haushalte in der Mid-Ager-Lebensphase zeigen hingegen eine so hohe Zufriedenheit mit ihrer Wohnsituation, dass sie nicht so leicht umziehen werden. Für dynamische und anspruchsvolle Mid-Ager lohnt es sich jedoch in zunehmendem Maße, attraktive Angebote (auch Eigentum) in den Wohnlagen zu schaffen, in denen sie bereits wohnen, da sie ansonsten durchaus bereit sind, den Stadtteil oder Heidelberg zu verlassen. Die Ansprüche an das Wohnumfeld und die Wohnungsausstattung ändern sich kaum mit dem Übertritt in die Lebensphase der Mid-Ager. Merkmale wie Barrierefreiheit und Komfortausstattung werden jedoch zunehmend wichtiger.
- Vor allem aufgrund der demografischen Entwicklung scheint es von hoher Relevanz ein nachfragegerechtes Angebot an seniorengerechten Wohnungen beziehungsweise Wohnformen zu schaffen. Eine hohe Anforderung besteht darin, dass sich diese idealerweise in infrastrukturell gut ausgestatteten Gebieten mit ausreichend Grün-/ Erholungsflächen befinden sollten.
- Die Schaffung altersgerechter Angebote betrifft jedoch nicht primär den Wohnungsbau, sondern die Bestandsverwaltung. Deswegen sollten aus unserer Perspektive Wohnungsmarkttakteure dazu motiviert werden, seniorengerechte Anpassungsmaßnahmen im Wohnungsbestand durchzuführen und darüber hinaus eine Wohnraumanpassungsberatung für Ältere zu gewährleisten. In diesem Kontext scheint es wiederum relevant, durch Information, Beratung und Zugang zu Fördermöglichkeiten Hilfestellungen zu leisten. Hierbei kommt es insbesondere darauf an, auch die selbstnutzenden Eigentümerhaushalte zu erreichen, die beispielsweise nicht direkt über ein Wohnungsunternehmen "ansprechbar" sind. Daher empfiehlt es sich, gegebenenfalls im Zusammenhang mit der oben genannten Beratungsstelle in Marketing zu investieren, um die Möglichkeiten seniorengerechter Wohnraumanpassung auch für "Private" zu vermitteln. Denkbar wären Plakatkampagnen, Radio-Spots et cetera. Als Partner zur Finanzierung solcher Maßnahmen lohnt es sich, die Kranken- und Pflegeversicherer anzusprechen, die prinzipiell durch solche vorbeugenden Maßnahmen Ausgaben einsparen können.
- Weiterhin ist dazu anzuraten, das Angebot an seniorengerechten Wohnformen zu differenzieren. Vor allem betreute Wohnungen mit verschiedenen Betreuungsintensitäten und -qualitäten sind in diesem Zusammenhang eine zunehmend wichtiger werdende Wohnform.

- Zusätzlich zur Schaffung seniorengerechter Wohnungen und Wohnangebote ist es für die Stadt wichtig, eine flächendeckende Versorgung mit wohnungsnahen Dienstleistungen in ausreichender Qualität sicherzustellen. Private Akteure werden in diesem Markt bereits aktiv sein, insbesondere ihre Vernetzung mit Wohnungsanbietern bringt jedoch allen beteiligten Partnern und den Kunden häufig einen Mehrwert. Hilfreich ist auch die Einführung von Strategien zum "Alt werden im Quartier", wodurch etwa älteren Haushalten ein Verbleib im Quartier auch bei steigenden Hilfe- und Pflegebedarfen möglich wird. Dies geschieht zum Beispiel indem unterschiedliche Wohnformen (normale Wohnung, altgerecht umgebaute Wohnung, Service-Wohnung, Pflegestützpunkte, Demenz-Wohngemeinschaften et cetera) quartiersbezogen entwickelt und umgesetzt werden. In diesem Kontext empfiehlt es sich, lokale Partnerschaften mit anderen Anbietern und Dienstleistern zu gründen. Auch die Einbindung der Bürger in diese Modelle ist wichtig; ein Beispiel ist hier das gemeinsam von Wohnungswirtschaft und Kommune umgesetzte "Bielefelder Modell". Diese von Wohnungsunternehmen gemeinsam mit einem Verein und in Partnerschaft mit unterschiedlichen Dienstleistungsanbietern initiierte Strategie setzt darauf, in einer Stadt (Bielefeld) ein flächendeckendes Angebot an quartiersbezogenen seniorengerechten (Service-) Wohnanlagen umzusetzen. So gibt es zahlreiche Wohn-Alternativen zu stationären Einrichtungen in den Quartieren, in denen die Menschen schon jetzt leben. Auf diese Weise wird eine grundlegende Versorgungssicherheit ohne Betreuungspauschale für alle älteren Einwohner geschaffen; fast überall befindet sich in fußläufiger Entfernung eine Einrichtung, wo (ggf. kostenpflichtige) Leistungen nach Bedarf bezogen werden können, wo aber auch in eigens errichteten Treffpunkten und Wohn-Cafés gemeinschaftliche Aktivitäten stattfinden können. Das Modell trägt dazu bei, die Versorgung älterer Menschen zu verbessern. Die ständige Anwesenheit von Personal in den Service-Punkten wird über die Summe individuell abrechenbarer Leistungen (zum Beispiel Pflege, haushaltsnahe Dienstleistungen) gewährleistet.
- Aufgrund des Sachverhaltes, dass jüngere Haushalte oftmals nach größeren Wohnungen streben und für Ältere das genaue Gegenteil gilt, kann die im Stadtentwicklungsplan Heidelberg 2015 dokumentierte Anforderung klar untermauert werden, dass die Stadt versuchen sollte, Älteren Angebote zum Umzug innerhalb des Stadtteils zu unterbreiten. Auch wenn die Schwierigkeiten entsprechender Modelle bekannt sind, könnte vor allem auf Ebene der wohnungswirtschaftlichen Anbieter die Etablierung einer Wohnungs-Tauschbörse angestrebt werden.
- Angesichts einer wachsenden Gefahr von Altersarmut für viele Haushalte aus dem einfach-funktionalen Spektrum bahnt sich eine Versorgungslücke an. Es gilt, auch für diese einkommensschwachen Haushalte zukünftig ausreichend Wohnungen (eher klein, einfach ausgestattet, in mäßigen Lagen) vorzuhalten. Vor allem die Wohnungswirtschaft wird sich mit der Nachfrage dieser Haushalte konfrontiert sehen.
- Da Senioren dem sozialen Umfeld und auch der Sauberkeit eine hohe Relevanz beimessen, sollte insbesondere in den benachteiligten Stadtquartieren darauf geachtet werden, dass das subjektive Sicherheitsempfinden und der nachbarschaftliche Zusammenhalt gesteigert werden und die Sauberkeit verbessert wird.

8.2.4 Angebote für einkommensschwächere Haushalte

- Bei Einfach-funktionalen ergibt sich insgesamt eine sehr niedrige Wohnzufriedenheit. Momentan sind beispielsweise gerade die einfach-funktionalen Haushalte in Süd sehr unzufrieden mit ihrer Wohnsituation und dem Standort. Aufgrund ihrer gesamten Wohnsituation ist die Umzugsneigung dieser Haushalte überdurchschnittlich ausgeprägt, wobei die potenziellen Umzügler den Stadtteil vermehrt ganz verlassen möchten und möglichst in die Stadtteilgruppe West ziehen möchten.
- Eine zentrale wohnungspolitische Aufgabe der nächsten Jahre muss auch künftig die adäquate Versorgung einkommensschwacher Zielgruppen darstellen.
- Um sozialräumlichen Entmischungstendenzen vorzubeugen, ist der Neubau von Sozialmietwohnungen in denjenigen Stadtteilen zu bevorzugen, die einen vergleichsweise geringen Anteil an einkommensschwächeren Bewohnern aufweisen.
- Um die Wohnzufriedenheit dieser Gruppe zu steigern und die weniger präferierten Gebiete für einkommensstärkere Gruppen attraktiver zu machen und somit sozialen Segregationstendenzen entgegenzuwirken, sollten weiterhin aufwertende Maßnahmen in den entsprechenden Gebieten stattfinden. Dies betrifft unter anderem die Verbesserung der baulichen Substanz, eine Stabilisierung der sozialen Situation, die Verbesserung der Sauberkeitslage, die Schaffung von Grün- und Erholungsflächen und infrastrukturelle Verbesserungen (siehe Kapitel 8.1.1).

