

# Multimedia und Vernetztes Wohnen in der Wohnungswirtschaft

Eine kurze Einführung in unser Thema

VNW-Verbandstag, 16. Juni 2010 in Kiel

Dr. Bernd Leutner Geschäftsführer

F+B Forschung und Beratung  
für Wohnen, Immobilien und Umwelt GmbH

# Zukunft des Wohnens immer stärker von neuen Technologien bestimmt



## „Smart Living“/„Vernetztes Wohnen“ – Was ist das?

- ✚ Einsatz moderner Mikrosystemtechnik und neuer Kommunikationstechnologien in Wohnungen und Gebäuden
- ✚ Vernetzung unterschiedlicher Anwendungen und Technologien in der Wohnung, bei Wohnungsverwaltung und Bereitstellung von Service-Leistungen
- ✚ technische Unterstützung der Lebensführung, also „smart living“ oder Wohnungen als „smart homes“ – mehr Komfort, vereinfachter Einsatz neuer Techniken
- ✚ besondere Chancen bei der Energieeinsparung
- ✚ veränderte Interaktion und Kommunikation – neue soziale Netzwerke; Servicenetzwerke

## Zentrale Anwendungsfelder

- ✚ Kommunikation/Multimedia  
(z. B. Triple Play, Internet-Services, Quartiersplattformen)
- ✚ Energiemanagement  
(z. B. Smart Metering, sensorgesteuerte Lüftung)
- ✚ Gesundheit/Homecare  
(z. B. Hausnotruf, Kontakt zu Pflegediensten, Telemedizin)
- ✚ Sicherheit  
(z. B. Vernetzung Rauch-/Gasmelder, Einbruchsalarm o. ä.)
- ✚ Gebäudeautomation  
(z. B. An- und Abwesenheitssimulation, Fernablesung von Verbrauchsdaten)

## Vernetztes Wohnen als Strategische Chance: **vier Kernfelder** für die Wohnungswirtschaft

- ✚ Strategie 1: Portfolioanalyse 2.0 – Bestandsentwicklung durch **zielgruppenorientierte Technikangebote**
- ✚ Strategie 2: Mit **verbessertem Service** die Kundenbindung verstärken
- ✚ Strategie 3: Begrenzte Mietzahlungsfähigkeit erfordert **Kosteneinsparungen** bei den Wohnungsunternehmen
- ✚ Strategie 4: Steigenden **Energiekosten** mit **Einsparhilfen** für die Mieter begegnen

## Strategie 1: Portfolioanalyse 2.0 – Bestandsentwicklung durch **zielgruppenorientierte Technikangebote**

- ✚ immer mehr Nachfragermärkte – Investitionsmittel für zielgruppenorientierte Wohnungsangebote begrenzt
- ✚ Bedürfnisse neuer Kundengruppen wandeln sich: bisher nur Aufgeschlossenheit und Akzeptanz, künftig aktiver Einsatz mit wachsenden Anforderungen an neue Technologien
- ✚ kostengünstige Kabel- und Netzzugänge wichtig
- ✚ ... höhere Leistung und verbesserte Nutzbarkeit als neue Merkmale für eine zielgruppenbezogene Bestandsentwicklung
- ✚ nutzergerechte Umsetzung: Zusatznutzen muss überzeugen, Nutzer kann selbst eingreifen, Technik muss sich dem Wohn- und Lebensstil anpassen – und nicht umgekehrt

## Strategie 2: Mit **verbessertem Service** die Kundenbindung verstärken

- ✚ Profilierung gegenüber Wettbewerbern
- ✚ wichtigste Zielgruppe derzeit Senioren: Wohnen in der angestammten Wohnung möglichst lange ermöglichen
- ✚ Umbauten im Bestand nur langfristig finanzierbar – technische Lösungen und kleinere Umbauten zur Wohnungsanpassung reichen vielfach.
- ✚ wichtiges Thema: Sicherheitsgefühl stärken
- ✚ Akzeptanz wichtig: technische Lösung versus persönlicher Kontakt

## Strategie 3: Begrenzte Mietzahlungsfähigkeit erfordert **Kosteneinsparungen** bei den Wohnungsunternehmen

- ✚ Veränderter Workflow im Facility Management ermöglicht nennenswerte Reduktion von Verwaltungskosten bei Service und Abrechnung.
- ✚ Delegation von Aufgaben durch den Aufbau von Mieternetzwerken
- ✚ Möglichkeit bei Genossenschaften, Verwaltungsaufwand durch Stärkung nachbarschaftlicher Kontakte zu verringern



## Strategie 4: Steigenden **Energiekosten** mit **Einsparhilfen** für die Mieter begegnen

- + 30 % des Verbrauchs durch Nutzerverhalten bestimmt
- + Steigende Kosten für Heizung und Warmwasser begrenzen Mietanpassungspotenzial bei Nettokaltmieten.
- + Einsparhilfen durch Einsatz des vernetzen Wohnens möglich
- + Kosteneinsparungen durch eigenes Energie-Contracting

## Was tut sich bei den Unternehmen im VNW ? – Ergebnisse der **VNW-Unternehmensbefragung 5/2010**

- ✚ Ergebnisse einer aktuellen Managementbefragung im Mai 2010 zusammen mit dem VNW
- ✚ Welche Projektansätze sind bekannt, wo sind die Unternehmen schon eingestiegen?
- ✚ Interesse an praktischen Beispielen – Wer hat bereits Erfahrungen in konkreten Projekten?
- ✚ Nach welchen Kriterien werden Investitionen veranlasst? Kosten-Nutzen-Betrachtungen im Mittelpunkt: Was bringen die neuen Ansätze ganz konkret?
- ✚ Welche Erwartungen bestehen für die Zukunft, wie konkret sind die Pläne?

## Berichte aus der Praxis – Modelle und Netzwerke für eine Umsetzung in Ihrem Unternehmen

- ✦ **Gerhard Rohde, Spar- und Bauverein Solingen eG** – Multimedia-Infrastruktur als Baustein für eine nachhaltige Wohnzukunft: unabhängig, mit eigenen Wertschöpfungsbeiträgen die Zukunftsaufgaben der energetischen Optimierung angehen und dabei Verwaltungsvorgänge optimieren helfen
- ✦ **Kai Schwartz, Baugenossenschaft Freie Scholle eG, Bielefeld:** Multimedia-Angebote und vernetztes Wohnen als Baustein in einem umfassenden Konzept wohnbegleitender Dienstleistungen – Neuausrichtung ab 2009 in Kooperation mit der WTC, aber eigene Tochterfirma und eigenes Kabelnetz
- ✦ **Martin Bilger, WTC Wohnen- und TeleCommunication GmbH & Co. KG** Vorstellung der Angebote der WTC, Positionierung in einem dynamischen Markt

## Smart Living als **komplexes Thema – Vertiefung tut Not**

- ✚ Überblick schaffen und strategische Auswahl und Priorisierung ermöglichen
- ✚ Ausgangslage der Unternehmen berücksichtigen: Unternehmensziele, Bestands- und Mieterstruktur
- ✚ Auf Zielgruppen und deren Bedarfe fokussieren – aber keine Begrenzung auf Serviceleistungen für Senioren
- ✚ Zu prüfen, wie die strategischen Chancen genutzt werden sollen – prägnante Information über Möglichkeiten und Erfahrungen