

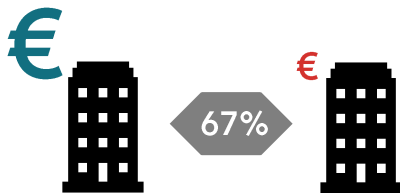
1 Generation Z: Das Herz schlägt für das Auto

Der PKW bleibt weiterhin wichtig. Für die jüngere Generation ist trotz Klima-wandel und Fridays for Future das eigene Auto das präferierte Verkehrs-mittel. Der PKW erfüllt die Träume von persönlicher Freiheit. Auch Sharing-Konzepte sind keine befriedigende Lösung. Die Generation Z strebt nach Stabilität und Sicherheit, und der private Besitz erscheint als ein Mittel, beides zu gewährleisten.



2 Arbeitgeber zahlt den Arbeitsweg

Die Mobilitätskosten steigen, und die Frage ist: Wer trägt sie? Aus Sicht der Studierenden sollte dies primär der Arbeitgeber sein. Die Anfahrt zum Job soll künftig als Arbeitszeit vergütet werden. Setzt sich diese Anforderung aufgrund des Fachkräftemangels durch, müssen Standortfragen und Homeoffice-Lösungen neu bewertet werden.



Mobilität verändert die Objektattraktivität: Zustimmung in Prozent

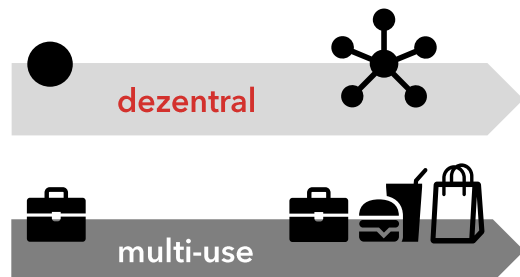
4 Veränderung Objektattraktivität

Mobilität entsteht zwischen Immobilien. Wenn sich die Verkehrsströme neu gestalten, wirkt sich das auf die Gebäude aus. Aufgrund des Wandels in der Mobilität wird eine drastische Veränderung der Attraktivität einzelner Objekte oder Lagen erwartet - leider nicht nur zum Positiven. Die Experten gehen auch von einem Anstieg des Leerstands aus. Standorte und Lageklassen müssen neu bewertet werden.



3 Provinz gewinnt an Attraktivität

Der Ansturm auf die Ballungsgebiete war in den letzten Jahren ungebrochen, und die Vertreter der Wirtschaft gehen von einem weiterhin starken Zuwachs in den Top 7 Städten aus. Doch diese Sogwirkung deckt sich nicht mit den Wünschen der Generation Z. Die Faszination der Top 7 lässt nach. Die Provinz gewinnt an Attraktivität. Daraus resultieren Risiken für die Immobilienwirtschaft: Die Nachfrage in den Städten wird überschätzt - Lösungen im ländlichen Raum fehlen.

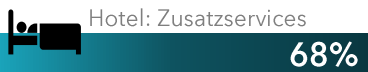
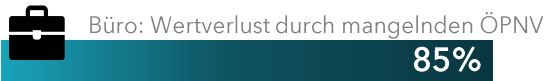


5 Immobilien: flexibel und skalierbar

Mieter fragen zunehmend flexible und skalierbare Flächenmodelle nach. Dieser Anspruch gilt insbesondere für Büroflächen. Auch für die Flächenauslastung sind neue Modelle erforderlich: Die Einführung von Mehrschichtbetrieb oder eine Ausweitung der Gleitzeit fördert die Flächeneffizienz und reduziert die Verkehrsbelastung. Für die Immobilienbranche bedeutet dies, dass Nutzungsflexibilität und Drittverwendungsfähigkeit der Gebäude noch an Relevanz gewinnen.

6 Mobilität verändert Immobilien, doch jede Nutzungsart auf eine andere Weise

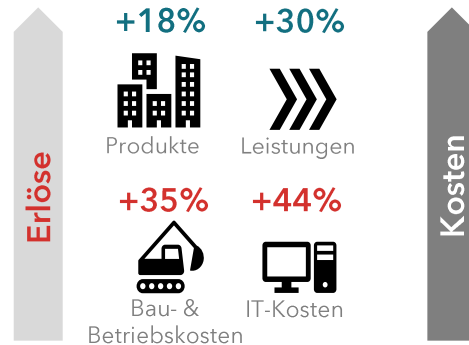
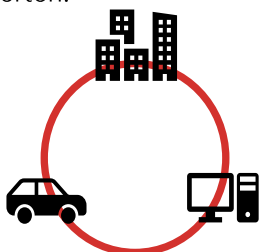
Bürogebäude reagieren besonders sensibel auf Wertveränderungen, Shoppingcenter erfahren Anpassungen in der Gebäudestruktur, Healthcare-Angebote brauchen mobile Lösungen, Hotels bieten Chancen für Zusatzservices, und für den Wohnungsbau ist die ÖPNV-Anbindung von besonderer Relevanz. Nur die Nutzungsart Logistik zeigt sich erstaunlicherweise insgesamt weitgehend resistent gegenüber Mobilitätsveränderungen.



Auswirkungen der Mobilität auf die Nutzungsarten:
Zustimmung in Prozent

9 Erfolgsformel Kooperation: Immobilien + IT + Mobilität

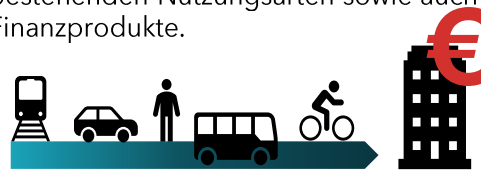
Der Immobilienmarkt verändert sich und die Unternehmen reagieren darauf. Doch wie wird man zum Mobilitätsexperten? Ein Transformationsprozess zeigt auf, welche Aktivitäten im Bereich Analyse, Strategie und Implementierung notwendig sind. Die erforderlichen Kompetenzen für diese Entwicklung gewinnen die Akteure u. a. durch Kooperationen mit Mobilitätsanbietern und Digitalexperten.



Erlös- und Kostenveränderung in Prozent

7 Mobilität verändert Erlöse und Kosten

Kosten werden durch die Mobilitätsveränderungen steigen – die Erlöse auch. Einen Mehraufwand befürchten die Teilnehmer bei den IT-Kosten sowie den Bau- und Betriebskosten. Chancen für Erlöse ergeben sich im Leistungsportfolio, bspw. mittels CO₂-Reporting, und durch neue Immobilienprodukte. Dazu zählen neue Asset-Klassen oder eine Kombination aus bestehenden Nutzungsarten sowie auch neue Finanzprodukte.



8 Neue Bewertungsmodelle gesucht

Der Mobilitätswandel bietet Chancen zur Leistungserweiterung und erhöht die Komplexität im klassischen Leistungsportfolio. Herausforderungen ergeben sich für die Leistungsbereiche Reporting, strategische Objektsteuerung und Wertermittlung. Für die Bewertung wird ein unmittelbarer Handlungsbedarf erkennbar: Bewertungsmodelle müssen justiert und durch Mobilitätsdaten ergänzt werden.



10 Internet entscheidet über Objektattraktivität

Zahlen, Daten, Fakten sind zur Bewertung der Mobilitätsveränderungen erforderlich – ebenso wie Systeme, die diese Informationen automatisiert verarbeiten. Unternehmen investieren zukünftig in Mobilitätsdaten, insbesondere in Informationen zur Breitbandnetzdicke. Die Internetverfügbarkeit ist ein essenzieller Standortfaktor für Unternehmen und damit Voraussetzung für die Mietergewinnung.