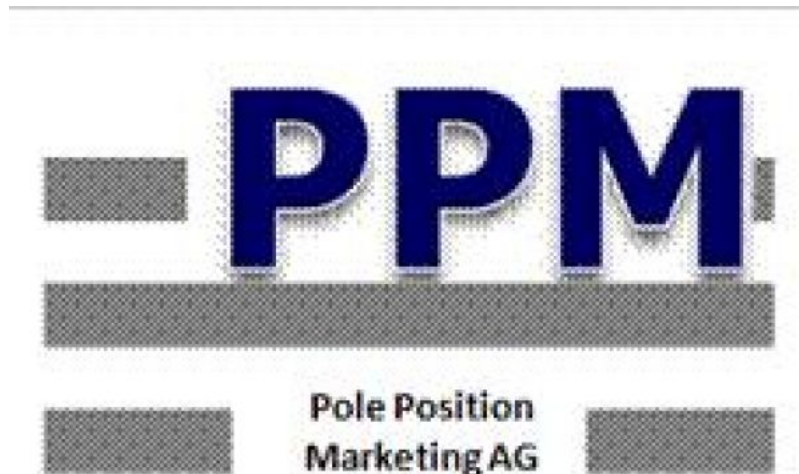


Treppauf, treppab ... das Erfolgsmodell Reihenhaus wird zum Ladenhüter

24.08.2010, 08:52 | Mode, Trends, Lifestyle

Pressemitteilung von: *PPM Pole Position Marketing AG*



Immobilienmarketing für privat und gewerbliche nutzbare Immobilien

Idstein/Wiesbaden, 24.08.2010 - Aktuelle Studie der PPM AG kommt zu dem Ergebnis: Anbieter von Reihenhäusern ignorieren Wünsche moderner Kunden weitgehend

Die Verblüffung steht manchem Makler längst nicht mehr ins Gesicht geschrieben, wenn potenzielle Käufer, die sichtlich jünger als 40 Jahre sind, beim Besichtigungstermin des Reihenhauses dessen fehlende Barrierefreiheit reklamieren. Begünstigt durch eine entsprechende Präsenz des Themas in den Medien hat sich in der Bevölkerung die Erkenntnis durchgesetzt, dass modernes Wohnen auch bequemes Wohnen heißen muss.

Ausgelöst durch demoskopische Daten wurde Anfang der 90er Jahre allmählich ein Bewusstsein dafür geschaffen, dass eine überalterte Bevölkerung mit einer Zunahme an bewegungseingeschränkten Menschen einhergehen würde. Zunächst wurden im öffentlichen Raum neu geschaffene Normen und Standards etabliert und allmählich folgten Hersteller (beispielsweise Badausstatter) von Alltagsprodukten und modifizierten ihre Produktpalette für den privaten Kunden.

Zwanzig Jahre danach stößt das Thema Barrierefreiheit auf eine wesentlich breitere Zielgruppe, als die ursprünglich adressierte. Ob es nun das teure Mountainbike ist, das mit ins Wohnzimmer soll, oder ob es um den Umschlag an Getränkekisten geht, ob der Transport von Kleinmöbeln eine Rolle spielt, oder ob umfangreiche Wochenendeinkäufe ein Thema sind: der Transport soll keine Umstände machen und „easy“ sein. Angesichts solcher Forderungen geraten Wohnsituationen ins Aus, die da nicht mithalten können. Allen voran das ehemals so beliebte Reihenhaus, das in seiner Konzeption geradezu das Anti-Modell zum Barriere freien Wohnen darstellt.

Eine auf aktuellen Daten des Augustmarktes 2010 begründeten Studie der auf Immobilienmarketing spezialisierten und im Rhein-Main-Gebiet angesiedelten PPM AG verdeutlicht, wie sehr sich Anbieter von Reihenhäusern mittlerweile von ihrem angestammten Nachfragemarkt entfernt haben:

Lediglich 1,8 Prozent des bundesweiten Angebotes von neuen Reihenhäusern wird Barriere frei angeboten.

Während es in früheren Jahren üblich war, das Errichten von Reihenhäusern parallel zur Verkaufsphase zu gestalten, sind heute nur noch 1,9 Prozent der angebotenen Reihenhäuser (Erstbezug) tatsächlich betretbar und damit fertig gestellt. Die übrigen Verkaufsobjekte sind "projektiert", das eine oder andere Detail könnte auf Wunsch des neuen Eigentümers noch verändert werden. Bei 98,2 Prozent dieser projektierten Reihenhäuser ist das Thema Barrierefreiheit jedoch weder vom Planer beachtet, noch umsetzbar.

Nach wie vor können Reihenhäuser eine ideale Lösung für ihre Bewohner darstellen. Die Voraussetzung dafür ist, dass sie in deren moderne Lebensumstände passen. Nur wenige Anbieter haben bisher erkannt, dass das Einbeziehen von Wunschriterien wie höhere Decken, modulare Grundrisse, flexiblere Aufteilungen und nicht zu letzt eine höhere Komfortabilität, wie sie durch den Status "Barriere frei" entsteht, darüber entscheiden wird, ob sie weiterhin erfolgreich am Wettbewerb teilnehmen werden.

Zu wünschen wäre, dass auch den "Alt"-Häusern und ihren Besitzern Hilfe angeboten werden würde. Da Reihenhäuser in Neubausiedlungen der letzten fünfzig Jahre einen mehr oder weniger prägenden Charakter eingenommen haben, sind ganze Straßenzüge der Gefahr ausgesetzt, ihre Attraktivität als Wohngebiet zu verlieren. Und das, obwohl die vorhandene Infrastruktur durchaus noch Potenzial aufzuweisen hätte und für nachwachsende Bewohner von Interesse wäre. Erste Erscheinungen dieser Art werden augenscheinlich, wenn die ursprünglichen Eigentümer aus Altersgründen ihr Haus verlassen müssen oder versterben und neue Bewohner nicht gefunden werden können.

Pressekontakt:

Monika M. Rösler
Vorstand
PPM Pole Position Marketing AG
Am Wiesengrund 18
D-65510 Idstein
+49.6126.229356
m.roesler@ppm-ag.com
www.ppm-ag.com

Portrait

PPM Pole Position Marketing beschäftigt sich mit der erfolgreichen Vermarktung von privat und gewerblich nutzbaren Bestandsimmobilien. Der Prozess des gesellschaftlichen Umbruchs verursacht einen stetig steigenden Leerstand von Immobilien, für die es keine Anschlussnutzung mehr gibt. PPM AG entwickelt individuelle Konzepte für bestehende Immobilien und führt diese neuen Nutzern zu. Im Fokus steht dabei die Wechselwirkung von Trends in Bezug auf Immobilien und deren Marktpositionierung.