

2018

WAS BEDEUTET GUTES WOHNEN?



ANALYSE &
KONZEPTE

Beratungsgesellschaft für Wohnen, Immobilien, Stadtentwicklung mbH

INHALT

01 Gutes Wohnen bedeutet ...	04
02 Wohnkonzepte	05
03 Zufriedenheit mit dem Vermieter	
Allgemeine Zufriedenheit mit den Leistungen	08
Kontakt zum Vermieter	10
Reaktionsgeschwindigkeit	12
Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten sowie deren Bedeutung	13
Net-Promoter-Score®	14
Beurteilung der Miethöhe	16
04 Umzug und Wohnungssuche	18
05 Smart Home	20
06 E-Mobilität und Parkplatzwünsche	21
07 Klimaschutz	22

Herausgeberin:

ANALYSE & KONZEPTE

Beratungsgesellschaft für Wohnen, Immobilien, Stadtentwicklung mbH
Gasstraße 10
22761 Hamburg

Phone: +49 40 485 00 98 - 0

E-Mail: info@analyse-konzepte.de

V. i. S. d. P.: Bettina Harms

Layout: BUTTERFLISCH Werbeagentur GmbH

Druck: Mottendruck Ziegner & Maack GmbH

Bildnachweis

Wir danken dem Altonaer Spar- und Bauverein eG und der HANSA Baugenossenschaft eG herzlich für die Bereitstellung von Bildmaterial.

Bildquellen

Titelseite: iStockphoto (kerkez, Chesky_W, MichaelUtech, bluejayphoto),
Unsplash (nathan fertig)

Seite 3: Analyse & Konzepte (Olympia Sprenger)

Seite 4, 5: iStockphoto (germi_p, bluejayphoto, DmitriMaruta),
Unsplash (nathan fertig, jeff king)

Seite 6, 7: Altonaer Spar- und Bauverein eG (Heissner),
HANSA Baugenossenschaft eG, Fotolia (KB3, candan, Christopher
Howey, oliver-marc steffen, virtua73), Pixabay (midascode, regema)

Seite 8: iStockphoto (MicroStockHub)

Seite 10: Unsplash (rawpixel eurodesk)

Seite 14: iStockphoto (PeopleImages)

Seite 16, 17: iStockphoto (gopixa)

Seite 18: eMindful (beautiful-beauty-blond)

Seite 22: Unsplash (jeff king)

Rückseite: Analyse & Konzepte (Angela Pfeiffer, eigene Fotos), iStockphoto: A-D-F



Bettina Harms

Geschäftsführung

ANALYSE & KONZEPTE Beratungsgesellschaft für Wohnen, Immobilien, Stadtentwicklung mbH

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

Produkte und Dienstleistungen konsequent am Markt auszurichten, ist Voraussetzung für den Erfolg in allen Branchen. Dafür müssen wir unsere Kunden kennen und verstehen. Dies ist auch dann wichtig, wenn der Markt etwas anderes, nämlich dauerhafte Nachfrage, suggeriert.

Wir, das Team von Analyse & Konzepte, beschäftigen uns seit Jahren intensiv mit den Nachfragegruppen und der Entwicklung des Wohnungsmarkts. Dafür führen wir alle zwei Jahre eine repräsentative Mieterbefragung durch. Der Servicemonitor Wohnen gibt den Mietern in Deutschland eine Stimme. Wer sind sie? Wie zufrieden sind sie? Was liegt ihnen am Herzen? Welche Zukunftsthemen beschäftigen sie? Und was bedeutet gutes Wohnen überhaupt?

Für gutes Wohnen zu sorgen, ist eine wunderbare und wichtige Aufgabe der Wohnungsunternehmen. Erstmals seit 2010 zeigt der Servicemonitor Wohnen in diesem Jahr jedoch, dass die Zufriedenheit der Mieter gesunken ist. Warum ist das so? Fragen wie diesen muss sich die Wohnungswirtschaft stellen, um heute die richtigen Weichen für die Zukunft zu stellen. Wir von Analyse & Konzepte begleiten Sie gerne dabei.

Eine spannende Lektüre wünscht Ihnen

Bettina Harms

Geschäftsführerin Analyse & Konzepte

01 | GUTES WOHNEN BEDEUTET ...

Der Servicemonitor Wohnen liefert seit zehn Jahren regelmäßig eine Bestandsaufnahme dessen, was für die Mieter gutes Wohnen bedeutet. Wichtige Aspekte guten Wohnens sind der Service und die Kundenorientierung der Vermieter.

Diese Studie zeigt, was den Mietern im Kontakt mit ihrem Vermieter wichtig ist und auf welche Services sie besonderen Wert legen. Als Sonderthemen greift der aktuelle Servicemonitor Wohnen außerdem Wohnungssuche und Klimaschutz auf.

Erneut hat Analyse & Konzepte 1000 Mieter aus ganz Deutschland online und telefonisch zum Service ihres Vermieters befragt. Diese Befragung fand im Mai und im Juni 2018 statt.

Herausgekommen sind spannende Ergebnisse, die deutlich machen, dass sich die Mieterwünsche im Laufe der letzten zehn Jahre immer wieder verändert haben. Sie zeigen auch, dass die Branche diese Wünsche ernst nimmt und an der Weiterentwicklung ihrer Leistungen arbeitet.



02 | WOHNKONZEPTE

Unterscheidung von sechs Wohnkonzepten

Gutes Wohnen bedeutet für mich ...

„... Zufriedenheit mit Wohnungsgröße, Lage, Kosten, Umfeld, Nachbarn, Vermieter und noch mehr.“

Analyse & Konzepte hat bereits vor zehn Jahren gemeinsam mit InWIS die Wohnkonzepte entwickelt, um die Nachfragegruppen der Wohnungswirtschaft zu beschreiben. Diese Wohnkonzepte helfen Vermietern und Bauträgern, nachfragegerechte Angebote zu schaffen und ihren Bestand auf die Wünsche dieser Zielgruppen auszurichten in Bezug auf die richtige Größe, Ausstattung und Lage der Wohnung.





KONVENTIONELL



WOHNKONZEPT

KONVENTIONELL

- Wirtschaftliche und gesellschaftliche Ziele sind erreicht
- Teilnahme am gesellschaftlichen und kulturellen Leben, ehrenamtliches Engagement
- hohes Sicherheitsdenken und vorausschauende Lebensplanung
- Nachfrage nach Produkten hoher Qualität, Funktionalität und Effizienz
- altersgerechtes Wohnen



KOMMUNIKATIV



WOHNKONZEPT

KOMMUNIKATIV

- Leben findet vielfach außerhalb der Wohnung statt
- dynamisch, flexibel und mobil
- urbanes Umfeld mit Sport- und Freizeitorientierung wird gesucht
- moderne Ausstattung, offene Grundrisse
- schnelles Internet und Fahrradstellflächen
- Sonderwohnformen sind interessant



HÄUSLICH



WOHNKONZEPT

HÄUSLICH

- familiäre Werte sind sehr wichtig
- in Nachbarschaft und soziale Netzwerke integriert
- Sicherheit und Nachhaltigkeit sind wichtig
- Nutzenaspekt steht im Vordergrund
- moderne Wohnausstattung

WOHNKONZEPT

ANSPRUCHSVOLL

- Werte wie Selbstverwirklichung und Individualismus sind bedeutend
- hohe Leistungs- und Erfolgsorientierung, Optimierungsbestrebungen und hohe Anspruchshaltung
- Werthaltigkeit spielt eine große Rolle – repräsentative Standorte und ausgeprägtes Umweltbewusstsein
- soziale Medien und Smart Home
- ökologisches Wohnen ist interessant



WOHNKONZEPT

BESCHEIDEN

- große Bedeutung haben Ordnung, Sauberkeit und Sicherheit.
- geringe Ansprüche, sich mit weniger zufrieden geben
- nach innen gerichtetes Leben
- hohe Verbundenheit mit dem Standort
- altersgerechtes Wohnen von Interesse



WOHNKONZEPT

FUNKTIONAL

- geringe materielle Optionen
- hohe Unzufriedenheit, keine Möglichkeit, die eigene Lebenslage zu verbessern
- Wunsch nach Verbesserung der Lebenssituation
- je nach Wohnungsmarkt hohe Mobilität



03 | ZUFRIEDENHEIT MIT DEM VERMIETER

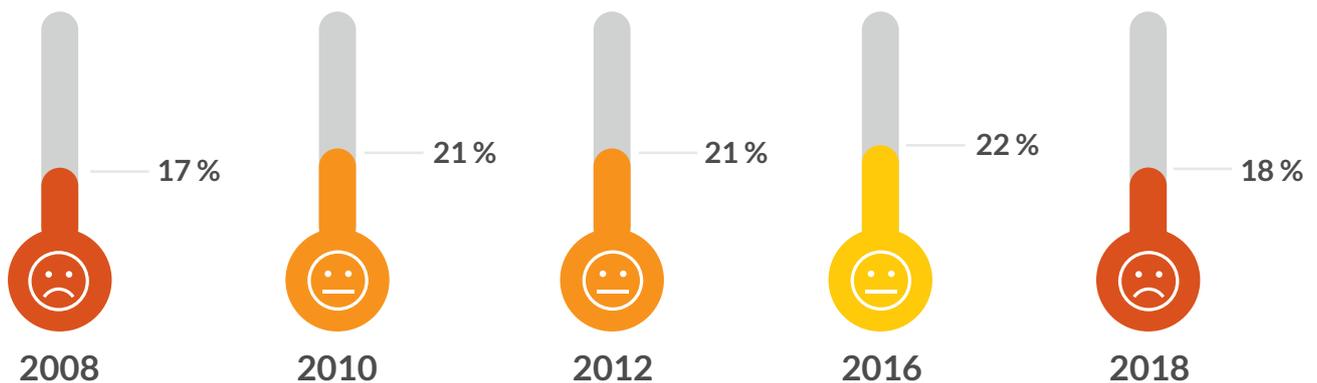
3.1 Allgemeine Zufriedenheit mit den Leistungen

**Gutes Wohnen
bedeutet für mich ...**

„... sich wohlfühlen und einen verantwortungsbewussten Vermieter haben.“



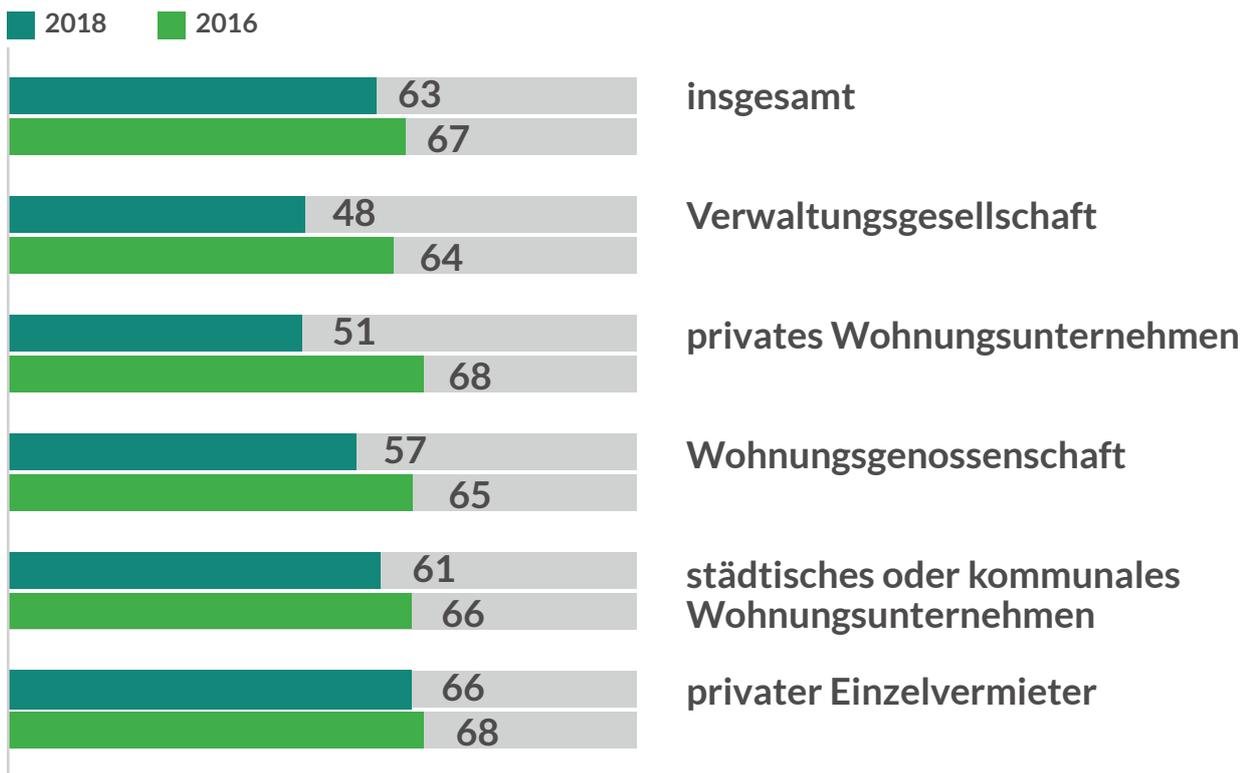
Mit den Leistungen ihres Vermieters vollkommen zufriedene Mieter



Der Anteil der mit den Leistungen ihres Vermieters vollkommen zufriedenen Mieter ist seit 2010 erstmals wieder rückläufig.

Jeder dritte Mieter ist aktuell mit den Leistungen sehr zufrieden und 36 % sind zufrieden. Am zufriedensten sind die kommunikativen und die häuslichen Mieter. Die traditionell genügsameren bescheidenen Haushalte sind hingegen aktuell weniger zufrieden.

Zufriedenheitsindex nach Vermietertyp



Der allgemeine Rückgang der Zufriedenheit zeigt sich auch beim Zufriedenheitsindex. Ein Wert von 100 bedeutet hier, dass die Erwartungen der Kunden voll erfüllt werden.

Während es den privaten Einzelvermietern nach wie vor am besten gelingt, ihre Mieter zufriedenzustellen, ist die Kritik der Mieter an den Verwaltungsgesellschaften und privaten Wohnungsunternehmen in den letzten zwei Jahren deutlich gestiegen.

Insgesamt sehen sich alle Vermieter mit einer zunehmend unzufriedenen Mieterschaft konfrontiert.

Das kritischere Urteil der Mieter muss vor dem Hintergrund vielfach angespannter Wohnungsmärkte gesehen werden. Während in vielen anderen Branchen die Wettbewerbssituation zu einer Weiterentwicklung des Kundenservice führt, sieht sich die Wohnungswirtschaft vielerorts einer Nachfrage gegenüber, die sie nicht befriedigen kann. Gleichzeitig binden Umstrukturierungsmaßnahmen und Neubau viele Kapazitäten in den Unternehmen.

Fazit

Der Servicemonitor Wohnen zeigt erneut, dass für die Zufriedenheit des Mieters Wohnung und Wohnumfeld allein nicht ausreichen, sondern Auftreten, Image und Kundenorientierung des Vermieters ebenfalls einen entscheidenden Beitrag leisten.



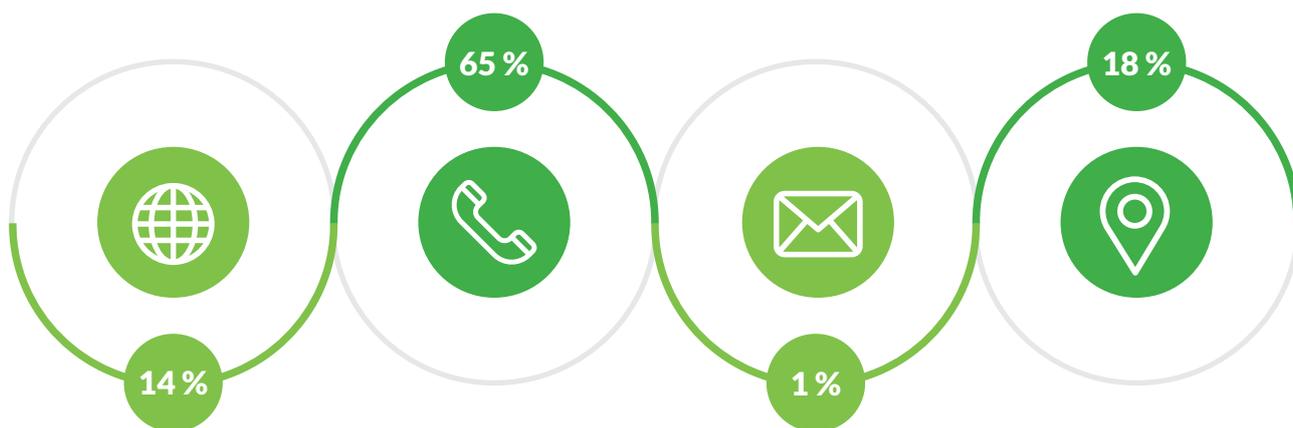
3.2 Kontakt zum Vermieter



**Gutes Wohnen
bedeutet für mich ...**

„... gute Erreichbarkeit des Eigentümers bei Problemen.“

Präferierte Kontaktarten



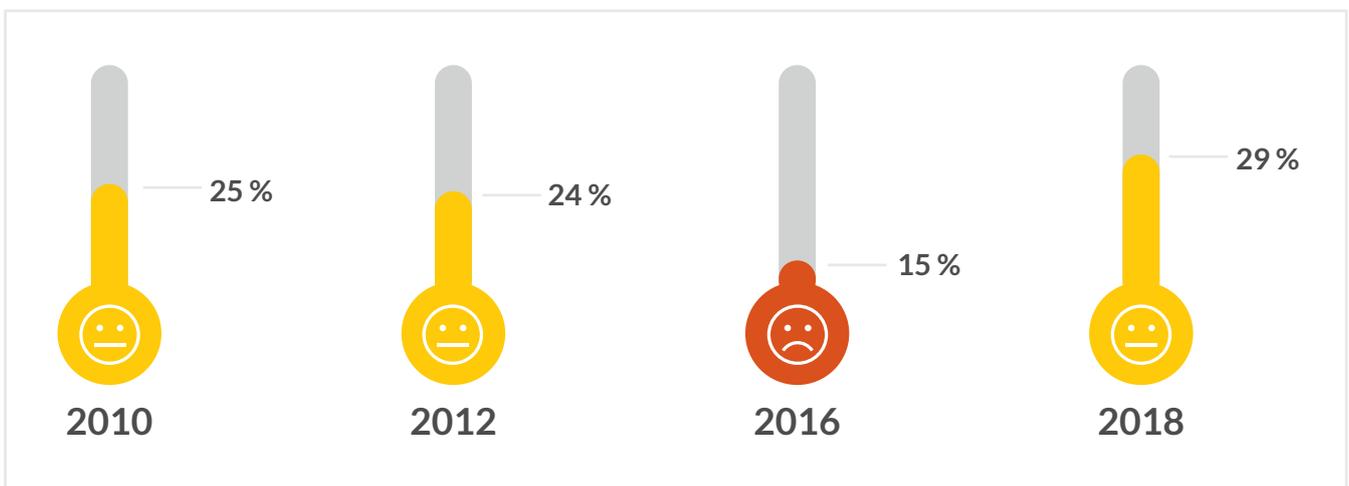
Jeder zweite Mieter hatte im letzten halben Jahr Kontakt zu seinem Vermieter, insbesondere die Mieter von Verwaltungsgesellschaften und von privaten Einzelvermietern.

Mieter greifen in erster Linie zum Telefon, wenn sie ein Anliegen mit dem Vermieter klären wollen, in der Regel handelt es sich dabei um Reparaturanfragen. Während bei den privaten Wohnungsunternehmen und den Verwaltungsgesellschaften der elektronische Kontakt der zweitbeste Weg für die Mieter ist, ist es bei den städtischen Wohnungsunternehmen und den Genossenschaften der persönliche Kontakt.

Vollkommene Zufriedenheit mit der telefonischen Erreichbarkeit



Vollkommene Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit per E-Mail



Guter Kundenservice setzt eine gute Erreichbarkeit voraus. Die Vermieter setzten hier zunehmend auf eine Multichannel-Strategie, um unterschiedlichen Zielgruppen gerecht zu werden. Das Telefon ist aber weiterhin der wichtigste Kommunikationsweg für die Mieter, um Anliegen mit ihrem Vermieter zu klären. Wenn der Vermieter telefonisch allerdings nur schlecht zu erreichen ist, weichen die Mieter auch häufiger auf andere Kanäle wie E-Mail und Internet aus.

Fazit

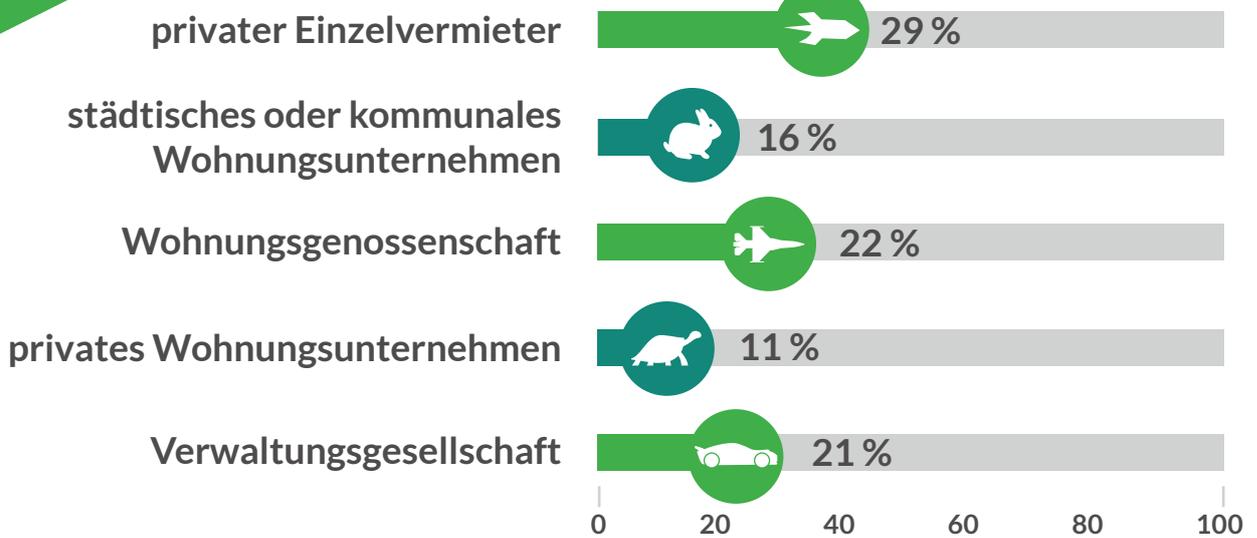
Der Servicemonitor Wohnen 2018 zeigt, dass die Vermieter in den letzten Jahren deutlich investiert haben, um für ihre Kunden besser erreichbar zu sein. Prozesse wurden hierfür überprüft und optimiert. Darüber hinaus trägt gerade hier die Digitalisierung Früchte.



3.3 Reaktionsgeschwindigkeit

Gutes Wohnen bedeutet für mich ...

„... toller Vermieter, der schnell auf Probleme reagiert und sie vernünftig und nicht nur nach der Devise ‚Hauptsache billig‘ behebt.“



Die Reaktionsgeschwindigkeit entwickelt sich bei den einzelnen Vermietertypen sehr unterschiedlich. Insbesondere die Verwaltungsgesellschaften haben hier einen deutlichen Qualitätssprung geschafft, während

die privaten Wohnungsunternehmen weiterhin weit abgeschlagen sind.

Eine schnelle Reaktion des Unternehmens setzt neben gut strukturierten Prozessen auch ein entsprechend kundenorientiertes Verhalten der Mitarbeiter voraus. Nur Mitarbeiter, die Kundenanliegen ernst nehmen und auch angemessen und gut argumentierend reagieren, also auch einmal „Nein“ sagen können, punkten bei den Mietern.

Fazit

Neben Erreichbarkeit und Verbindlichkeit ist die Schnelligkeit die dritte Eigenschaft, die Mieter bei ihrem Vermieter am liebsten sehen. Gerade hier sind durch die Erfahrungen, die die Mieter bei anderen Branchen – insbesondere dem Onlinehandel – sammeln, die Erwartungen gestiegen.

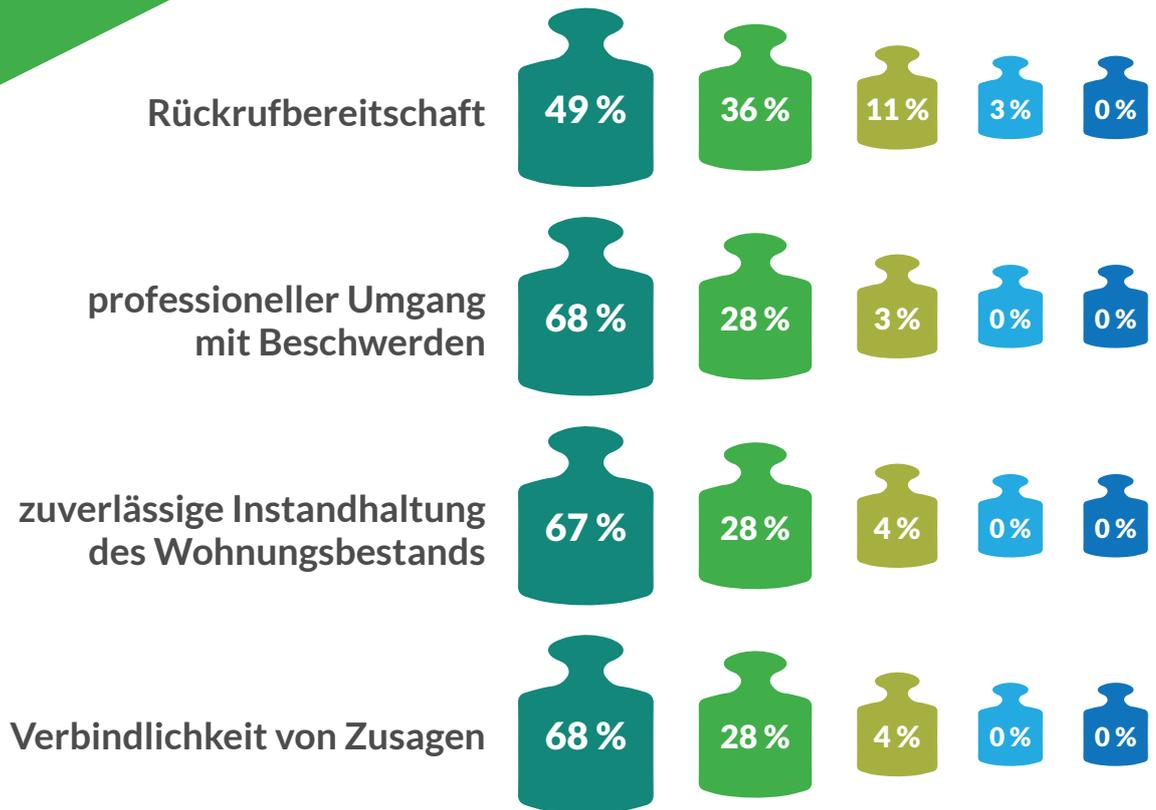


3.4 Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten sowie deren Bedeutung

Gutes Wohnen bedeutet für mich ...

„... dass der Vermieter seine Zusagen einhält, notwendige Reparaturen erledigt und uns allen die Wahrheit sagt.“

- sehr wichtig
- wichtig
- teils, teils
- unwichtig
- völlig unwichtig



Nahezu allen Mietern sind der professionelle Umgang mit Beschwerden sowie die Verbindlichkeit von Zusagen (sehr) wichtig. Jedoch sind nur etwas mehr als die Hälfte der Mieter diesbezüglich mit den Leistungen ihres Vermieters vollkommen oder sehr zufrieden. Ebenso steht es um die Beurteilung der zuverlässigen Instandhaltung des Wohnungsbestands.

Fazit

Neben dem professionellen Umgang mit Beschwerden ist das Einhalten von Zusagen einer der für die Mieter wichtigsten Aspekte einer guten Vermieterleistung. Im Allgemeinen sind die Mieter hiermit zufrieden. Beim Einhalten von Rückrufzusagen könnten viele Vermieter jedoch noch deutlich zuverlässiger werden.



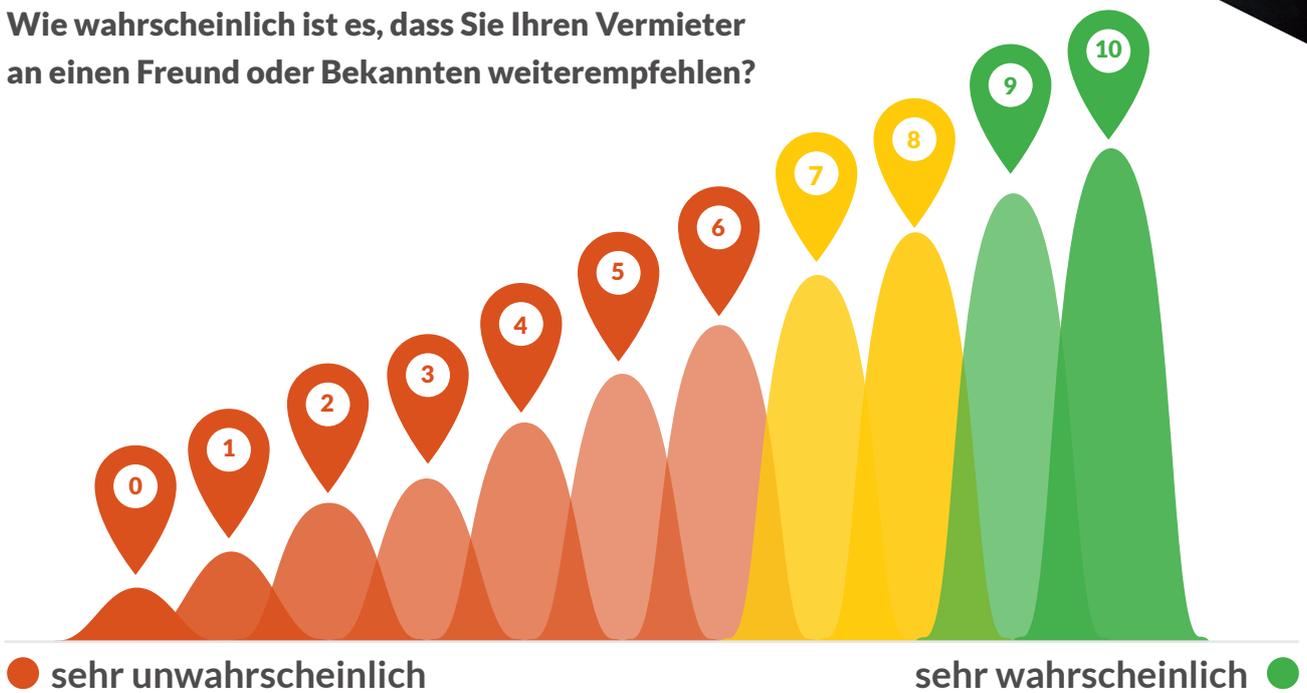
3.5 Net-Promoter-Score®



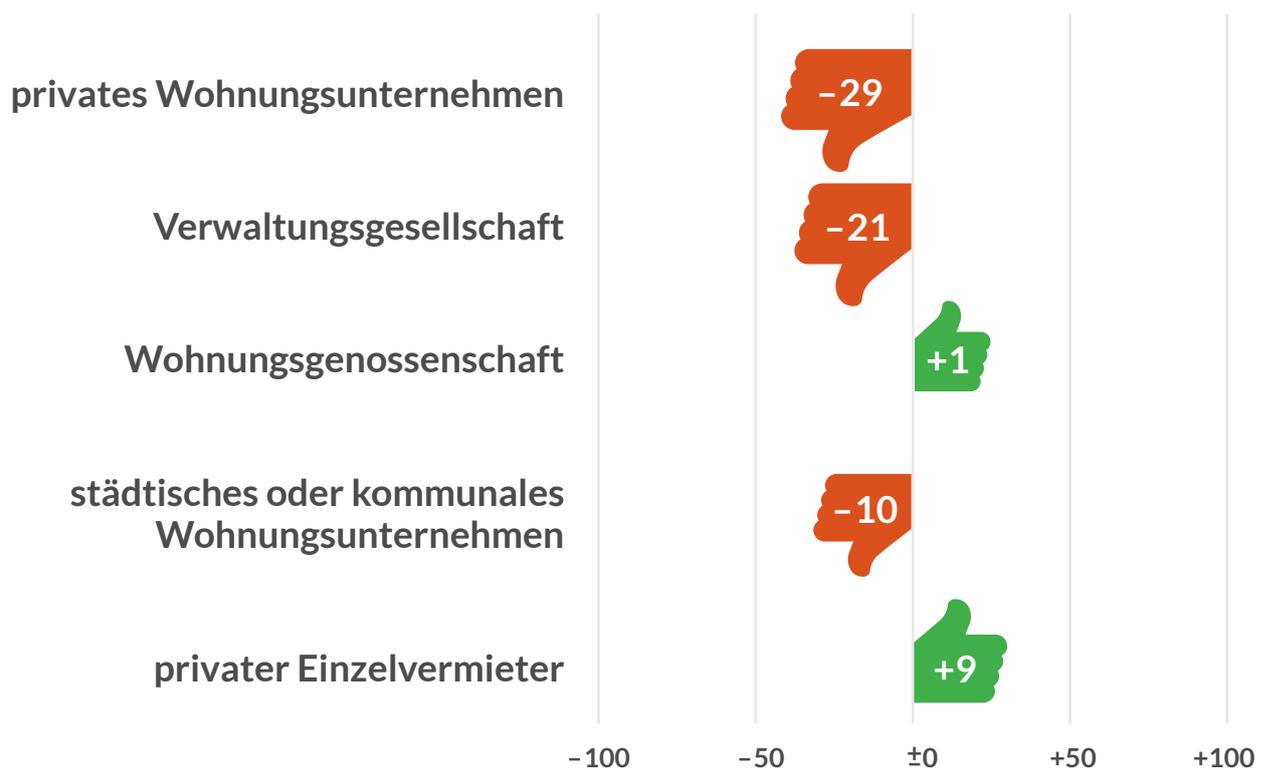
Gutes Wohnen bedeutet für mich ...

„... freundliche private Vermieter, so wie ich es zurzeit habe.“

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Ihren Vermieter an einen Freund oder Bekannten weiterempfehlen?



$$\text{NPS} = \% \text{ Promotoren} - \% \text{ Kritiker}$$



Der Net-Promoter-Score®, kurz NPS, gilt über Branchen hinweg als Indikator für die Kundenbindung. Viele Untersuchungen haben den Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft nachgewiesen. In der Wohnungswirtschaft gehen

die Werte hier sehr weit auseinander. Während bei den privaten Wohnungsunternehmen und den Verwaltungsgesellschaften die Kritiker überwiegen, ist bei den privaten Einzelvermietern der Anteil der Promotoren am höchsten.

Die Wohnungswirtschaft rangiert damit auf dem gleichen Niveau wie Mobilfunkanbieter und Versicherungen.

Fazit

Nur vollkommen zufriedene Kunden sind wirkliche Fans und empfehlen das Unternehmen weiter, so die Grundannahme des Net-Promoter-Scores®. Während vor allem die privaten Einzelvermieter echte Fans unter ihren Mietern haben, gelingt es privaten Wohnungsunternehmen und Verwaltungsgesellschaften deutlich seltener, ihre Mieter zu begeistern.



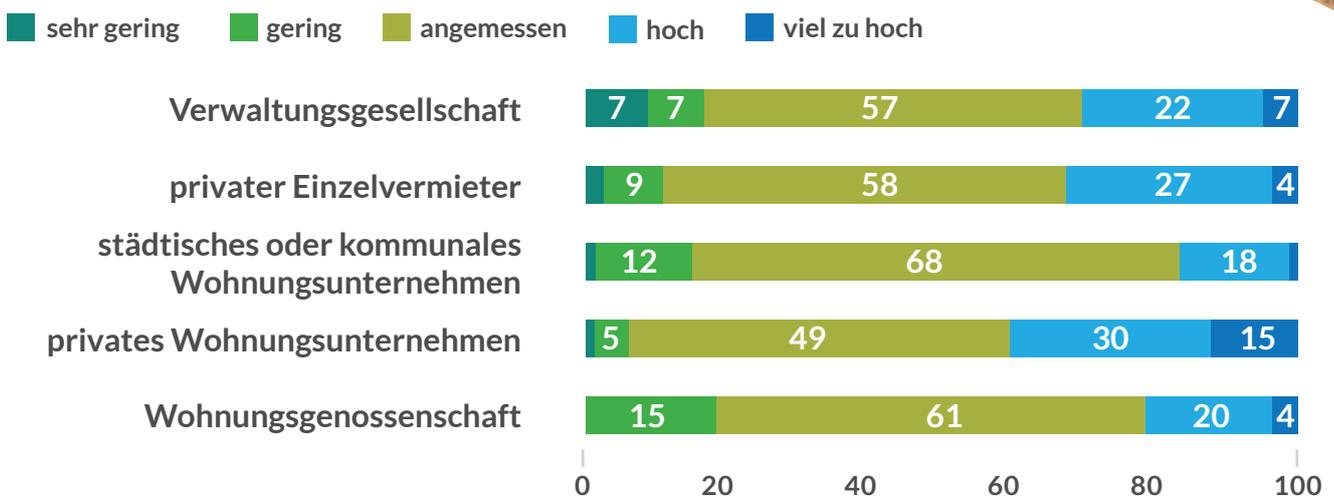
3.6 Beurteilung der Miethöhe

**Gutes Wohnen
bedeutet für mich ...**

„... bezahlbare Mieten und
Sicherheit für die Zukunft.“



Beurteilung der Miethöhe nach Vermietertyp in Prozent



58 % der Mieter beurteilen die Höhe ihrer Miete als angemessen – allen voran die Mieter städtischer und kommunaler Wohnungsunternehmen und die Mitglieder von Wohnungsgenossenschaften.

Neben Unterschieden zwischen den Vermietertypen gibt es selbstverständlich auch einen starken räumlichen Einfluss auf die Beurteilung der Miethöhe.



So ist der Anteil der Mieter, der die Miete als hoch oder viel zu hoch beurteilt, in Hamburg und Berlin überdurchschnittlich stark. Des Weiteren beurteilen die funktionalen Haushalte die Höhe ihrer Miete kritischer als Haushalte mit einem anderen Wohnkonzept.

Fazit

Die Diskussion um die Mietpreisbremse und steigende Mieten in vielen Städten haben die Mieter für das Thema sensibilisiert. Dabei ist festzustellen, dass die Mieter ihre eigenen Wohnkosten vor dem Hintergrund des örtlichen Wohnungsmarkts sehr gut einschätzen können. Dies zeigt sich insbesondere bei der Beurteilung der Miethöhe durch Mieter im kommunalen und genossenschaftlichen Wohnungsbestand. Rund 80 % von ihnen schätzen die Miethöhe als angemessen oder gering ein.



04 | UMZUG UND WOHNUNGSSUCHE

Gutes Wohnen bedeutet für mich ...

„... bequem, praktisch und sicher zu wohnen. Dazu ruhig, aber nicht zu weit draußen.“



„Ich würde bestimmt/wahrscheinlich erneut eine Wohnung bei meinem Vermieter mieten.“



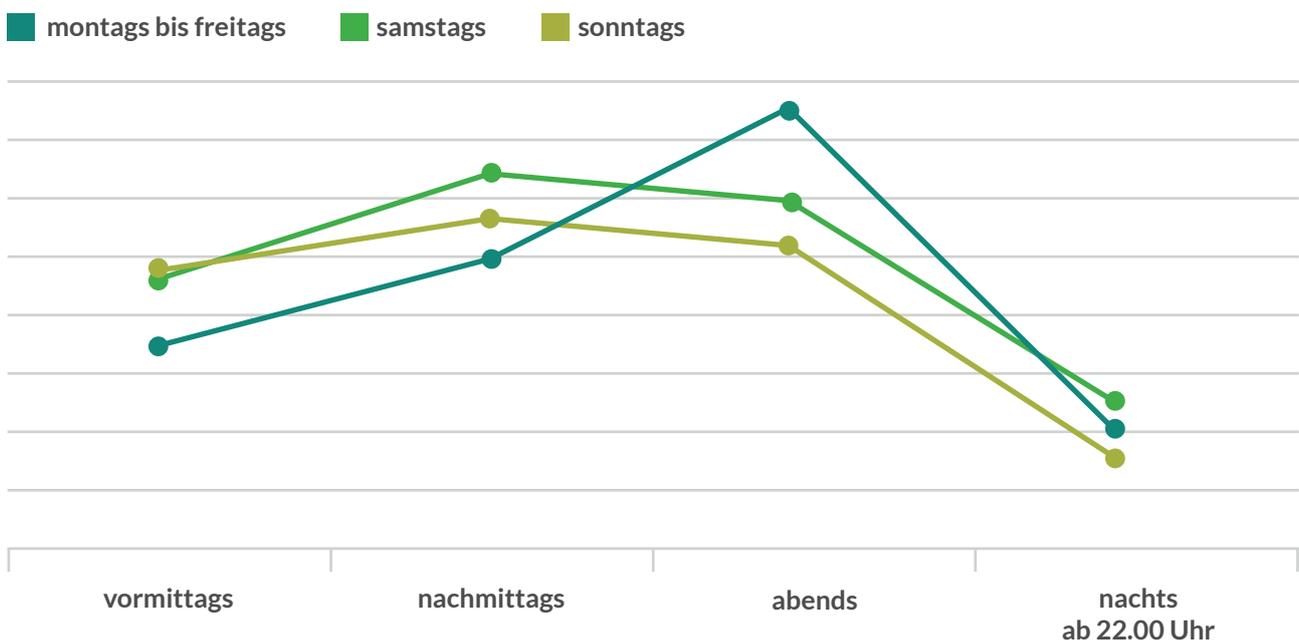
Aktuell würden 61 % der Mieter bestimmt bzw. wahrscheinlich erneut eine Wohnung beim selben Vermieter anmieten – vor allem Mitglieder von Wohnungsgenossenschaften.

Bemerkenswert ist jedoch die deutlich geringere Wiedermietbereitschaft der Haushalte, die innerhalb der nächsten beiden Jahre umziehen möchten (7 %). Hier planen nur 18 %, erneut beim selben Vermieter nach einer Wohnung zu schauen, 45 % hingegen lehnen dies sogar ab. 44 % der Mieter, die in den kommenden zwei Jahren sicher einen Umzug planen, sind mit den Leistungen ihres Vermieters weniger zufrieden oder unzufrieden.

Die Ergebnisse zeigen sehr deutlich, dass nicht nur Wohnung und Lage für die Mieterzufriedenheit wichtig sind, sondern das Gesamtpaket des Vermieters inklusive Service.

Die neue Wohnung wird auf vielen Kanälen gesucht. Die jüngeren Wohnungssuchenden informieren sich bei Google oder den Immobilienportalen. Insgesamt 18 % der Wohnungssuchenden nutzen für die Wohnungssuche Immobilienportale. Ältere Wohnungssuchende fragen bei Freunden oder Bekannten nach (13 %), nutzen eBay (9 %) oder die Websites von Wohnungsunternehmen (8 %). Die älteste Gruppe der Wohnungssuchenden wendet sich telefonisch an Wohnungsunternehmen oder direkt an ihren aktuellen Vermieter, um sich nach einer neuen Wohnung zu erkundigen.

Zeiträume der Wohnungssuche



Gesucht werden Wohnungen vor allem am Wochenende und in den Abendstunden. Also zu Zeiten, in denen eine direkte Kontaktaufnahme zum Vermieter in der Regel nicht möglich ist.

Fazit

Die Wohnmobilität ist weiterhin niedrig. Die Mieter wollen ruhig und sicher wohnen und sich in ihrer Wohnung wohlfühlen. Trotz aller Kritik sind in der Regel nur maximal 10 % der Mieter mit ihrer Wohnsituation (sehr) unzufrieden. Entsprechend hoch ist weiterhin die Bereitschaft, innerhalb des Wohnungsbestands des Vermieters umzuziehen.

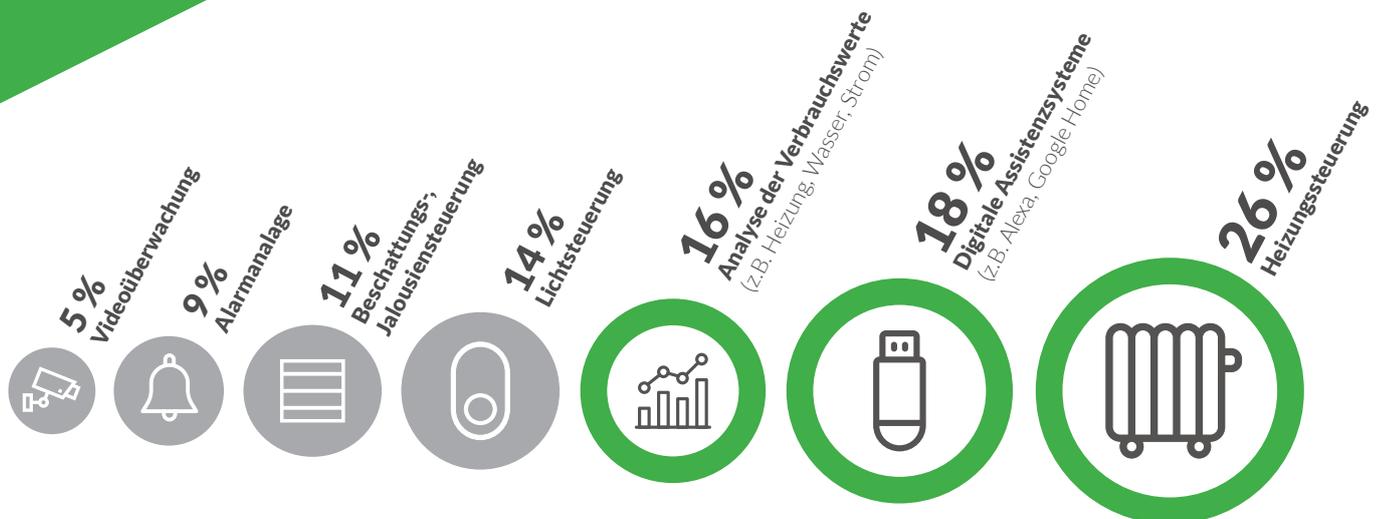


05 | SMART HOME

**Gutes Wohnen
bedeutet für mich ...**

„... funktionierende Technik und
Einrichtungen.“

Nutzung von Smart-Home-Anwendungen



Bisher ist die Verbreitung von Smart-Home-Anwendungen noch gering. Nur 18 % der Mieter haben eine oder mehrere Anwendungen im Einsatz. Auf Platz eins liegt die Heizungssteuerung, gefolgt von digitalen Assistenzsystemen.

Smart-Home-Produkte erhöhen aus Sicht der Nutzer die Wohnqualität sowie den Komfort und tragen zur Kostenreduktion bei.

Fazit

Die Verbreitung von Smart-Home-Anwendungen ist derzeit noch gering. Jedoch steigt das Interesse insbesondere bei Haushalten mit häuslichem und anspruchsvollem Wohnkonzept. Wichtigste Voraussetzungen sind eine leistungsfähige Internetanbindung und die Sicherheit der Produkte. Für Vermieter eröffnet sich hier ein weites Feld auch für neue Geschäftsmodelle.

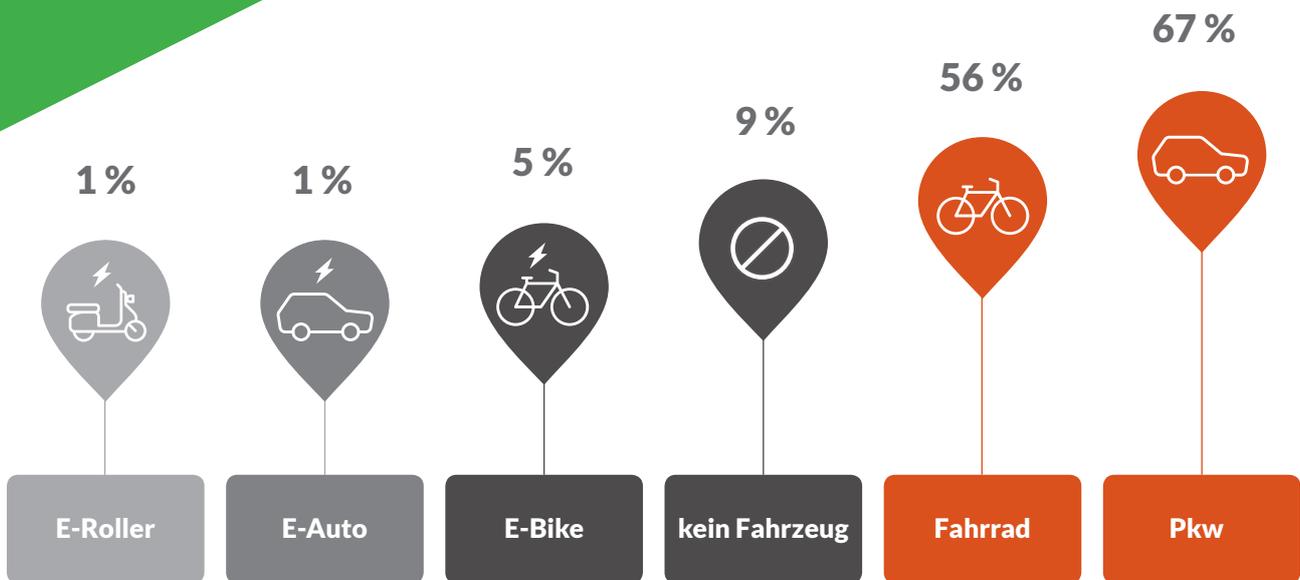


06 | E-MOBILITÄT UND PARKPLATZWÜNSCHE

Gutes Wohnen bedeutet für mich ...

„... Ruhe, nette Nachbarn,
Parkplatz, eine saubere intakte
Wohnung usw.“

Fahrzeugbesitz aller befragten Mieter



Die Mieter sind mobil. Nach wie vor dominieren die konventionellen Fortbewegungsmittel Pkw und Fahrrad. Daher ist die Nachfrage nach Pkw- und Fahrradstellplätzen weiterhin hoch.

Aktuelle Studien zeigen jedoch, dass sich insbesondere der Anteil der E-Bikes zukünftig deutlich erhöhen wird. Bereits heute halten 69 % der Mieter einen sicheren und trockenen Fahrradstellplatz für (sehr) wichtig. Die Nachfrage wird weiter steigen und sollte auch vor dem Hintergrund einer guten Hausgemeinschaft von den Vermietern mitgedacht werden.

Fazit

Fehlende Stellplätze – sei es für Pkw, Fahrrad, Rollator oder Kinderwagen – gehören zu den Hauptkritikpunkten in Mieterbefragungen. Während kommunikative Haushalte ihr teures Fahrrad sicher unterbringen möchten, ist es bei den konventionellen und bescheidenen Haushalten häufig der Rollator.



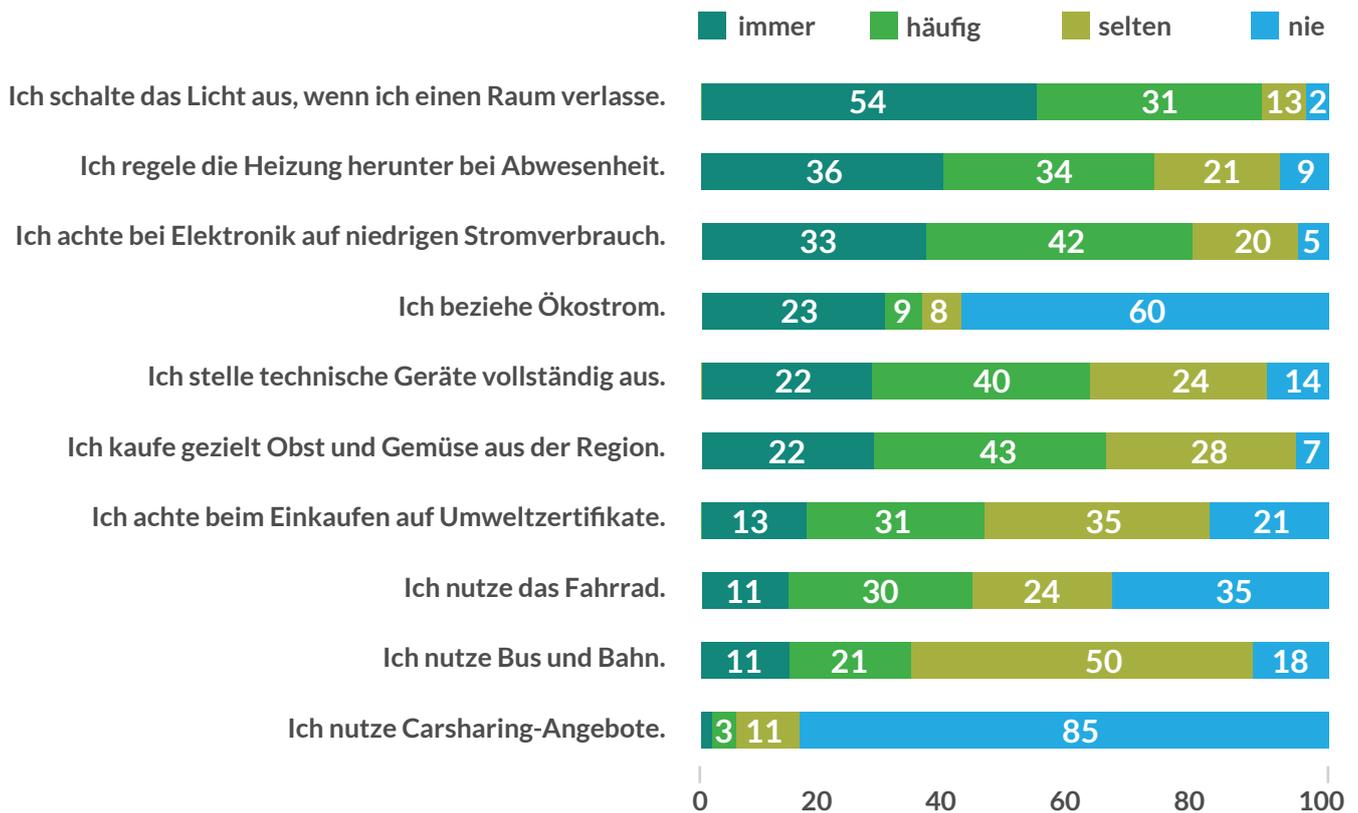
07 | KLIMASCHUTZ

Gutes Wohnen bedeutet für mich ...

„... Heimatgefühle, gesunde Materialien, eine ruhige, grüne Umgebung.“



Mieterverhalten im Klimaschutz

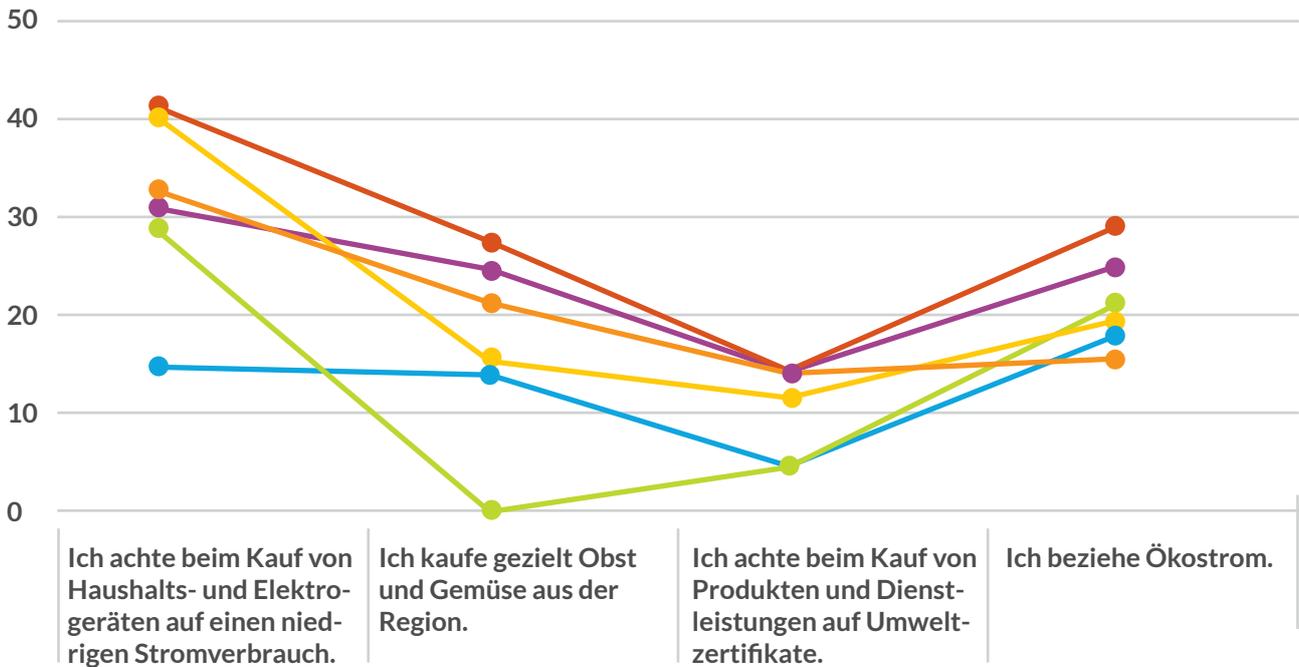


Carsharing führt weiterhin ein Nischendasein. Es wird überwiegend von jungen kommunikativen und häuslichen Mietern genutzt.

Bedeutung des Klimaschutzes nach Wohnkonzepten

■ konventionell
 ■ kommunikativ
 ■ häuslich
 ■ anspruchsvoll
 ■ bescheiden
 ■ funktional

Anteil „immer“ in %



Ein besonders hohes Interesse an ökologischen und nachhaltigen Angeboten haben anspruchsvolle und häusliche Haushalte. Anspruchsvollen Haushalten sind zudem ökologische Wohnformen sehr wichtig.

Häusliche Haushalte haben eine ähnlich hohe Umweltorientierung wie die anspruchsvollen Haushalte. Sie wohnen zwar gerne im Grünen, haben jedoch weniger Interesse an ökologischen Wohnformen.

Fazit

Klimaschutz beginnt beim täglichen Verhalten.

Das Klimaschutzverhalten der Mieter ist sehr stark monetär getrieben. Sie sparen lieber Energie ein, als auf kostenintensive Angebote wie Ökostrom oder teurere Lebensmittel umzusteigen.



ÜBER ANALYSE & KONZEPTE

Analyse & Konzepte, Hamburg, hat sich als unabhängiges Beratungs- und Forschungsunternehmen auf die Wohnungswirtschaft und den Immobilienmarkt spezialisiert. Zum Leistungsspektrum des 1993 gegründeten Unternehmens gehört die Organisationsberatung für Wohnungsunternehmen ebenso wie die Erstellung von Wohnungsmarkt- und Standortanalysen und Mietspiegeln sowie Grundlagenforschung zum Wohnungsmarkt.

Insgesamt 25 Mitarbeiter – darunter Ökonomen, Stadtplaner, Sozialwissenschaftler und Geografen – arbeiten in interdisziplinären Teams zusammen. Zu den Auftraggebern gehören kommunale und private Wohnungsunternehmen, Genossenschaften, Projektentwickler sowie Kommunen, Bundesministerien und Verbände.

Wenn Sie weitere Exemplare des Servicemonitors Wohnen erhalten möchten, schreiben Sie uns eine E-Mail:

info@analyse-konzepte.de



**ANALYSE &
KONZEPTE**

Beratungsgesellschaft für Wohnen, Immobilien, Stadtentwicklung mbH