

# „Wohnen statt Hotelaufenthalt“

Eine Analyse von Robert Wissmath, Geschäftsführender Gesellschafter der DICON Marketing- und Beratungsgesellschaft mit Sitz in Berlin. Wissmath beschäftigt sich seit Jahren mit dem Thema Social Tourism.



Robert Wissmath

**W**ohnst Du noch oder lebst Du schon“, war der genialische Werbespot von Ikea Deutschland vor rund einem Jahrzehnt. Er konnte bezüglich des Aufwands beim Zusammenbau der Möbel und den oftmals merkwürdigen Resultaten einer falsch interpretierten Anleitung durchaus ironisch gelesen werden und ließ manche eigenwillige Deutungen bezüglich des Begriffs „leben“ zu.

„Reist Du noch oder wohnst Du schon“ wäre die neue Variante, die, auf die touristische „Sharing-Industrie“ bezogen, weit weniger Ironie produzieren dürfte, obwohl deren Bemühungen – etwa von Airbnb als liebevoller Stifter guter Nachbarschaft – ebenfalls nicht ohne versteckte Komik sein dürfte.

Was die Bedeutung von Ferienwohnungen betrifft, sprechen die Zahlen jedenfalls eine deutliche Sprache. Fast 800.000 Betten in Ferienwohnungen wurden im Rahmen einer aktuellen DWIF-Studie in Deutschland errechnet. Die Angebote der Sharing Economy eingerechnet sind es sogar rund eine Million Betten. Wohnen statt Hotelaufenthalt scheint insofern nicht nur im Trend zu liegen, sondern ein großes Marktsegment zu sein: Die Zahl der Angebote ist ein deutlicher Beleg für die Nachfrage nach diesem Produkt, und diese Nachfrage wird ganz sicher die Entwicklung weiterer Angebote nach sich ziehen.

Es ist also davon auszugehen, dass der Anlagebedarf nach Ferienwohnungen, die gerne von privaten Kleinanlegern erworben werden, mit der zunehmenden Zahl der Vermarktungsmöglichkeiten steigen wird, da sich die Rentabilität dieses bürgerlichen Anlagentyps durch bessere Zugänge zur Nachfrage weiter verbessert. In diesem Zusammenhang schneiden die von der Vertriebskraft von Airbnb, Wimdu etc. stark profitierenden Wohnungen in Großstädten am besten ab, da die Zyklen des städtischen Tourismus gleichmäßiger sind, als die der klassischen Ferienregionen in den Bergen oder an der See. Nun beginnt sich das Marktsegment Ferienwohnung zusätzlich dem Business-

Segment zu öffnen. Die Plattform Concur, die von SAP erworben wurde, kooperiert mit Uber und Airbnb, ermöglicht inzwischen neben einem neuen Mobilitätskonzept auch den allmählichen Eintritt des Business-Segments in die touristisch genutzte Wohnung. Dank der SAP-Tochter werden nicht nur das Angebot, sondern auch die Abrechnungsmodalitäten dieses neuen Produktes in das Unternehmen integrierbar und das Problem der Abrechnungsfähigkeit gelöst. Es dürfte die jetzigen und zukünftigen Anleger in Ferienwohnungen gleichermaßen freuen, verfügen sie doch bald mit der Erschließung von Geschäftsreisenden über eine ähnliche Segmentstruktur wie die Hotellerie, die zum Ausgleich gängiger touristischer Zyklen beiträgt.

Da diese Entwicklung sich besonders in den industrialisierten Räumen der Städte entfaltet, werden auch hier die Folgeprobleme am deutlichsten sichtbar: Als Ferienwohnungen genutzte Wohnungen wurden ursprünglich als Wohnraum konzipiert. Im Rahmen einer Nutzung verändern sie jedoch ihren Zweck und werden den in Deutschland vorherrschenden Mietmärkten mit unbegrenzter Dauer entzogen und in temporär verfügbaren Wohnraum umgewandelt.

Darüber ist eine teilweise heftige Diskussion entbrannt, die argumentativ leider sehr stark von wenigen Lobbyverbänden dominiert wird, obgleich das Thema anderes verdient hat. Beispielsweise fehlt eine Analyse und Diskussion, wie im städtischen Raum mit dem zunehmenden Tourismus und den zunehmenden Mobilitätsanforderungen umgegangen werden sollte. Besonders im Kontext der auch in Deutschland zu beobachtenden Urbanisierungstendenz wird die Frage der gleichzeitigen Integration von touristischer und beruflicher Mobilität in den sozialen Raum der Stadt immer dringlicher. <

*„Der Anlagebedarf nach Ferienwohnungen, die gerne von privaten Kleinanlegern erworben werden, dürfte mit der zunehmenden Zahl der Vermarktungsmöglichkeiten steigen.“*

