

Altersgerechte Bäder: neue Prognosen und Perspektiven für das SHK- Handwerk

Die altersgerechte Ausstattung von Wohnungen rückt in der Immobilienwirtschaft ganz oben auf die Agenda. Neuen Untersuchungen zufolge fehlen hierzulande bis 2020 rund 2,5 Mio. entsprechend ausgestattete Wohnungen. Derzeit – so das Kuratorium Deutsche Altenhilfe (KDA) – verfügen nur 5 % der insgesamt 11 Mio. Seniorenhaushalte über barrierefreie Wohnumfelder. Und das Pestel-Institut hat ermittelt, dass der Anteil der Pflegebedürftigen an der Gesamtbevölkerung bis 2035 von 2,9 auf 4,5 % zunehmen wird. Die daraus resultierende Zahl von dann 3,5 Mio. Menschen werde bis 2050 auf 4 Mio. steigen. Auf diese Prognosen und Perspektiven weist jetzt die Wuppertaler Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner (T&P) hin.

Vor allem der Sanitärwirtschaft eröffne sich hier ein interessanter Zukunftsmarkt mit überproportionalen Zuwachsraten. Der stark ausgeprägte Wunsch älterer Menschen, möglichst lange in den vertrauten vier Wänden zu bleiben, sichere eine stabile Nachfrage nach barrierefreien Problemlösungen. Dazu Dietrich W. Thielenhaus: „Vor allem die älteren Inhaber von Einfamilienhäusern und Eigentumswohnungen verfügen über eine überdurchschnittlich hohe Kaufkraft, um ihre Badezimmer auf den neuesten Stand bei Komfort und Sicherheit bringen zu lassen. Häufig werden auch nicht mehr genutzte Räume wie ehemalige Kinderzimmer zu Zweitbädern und Gäste-WCs umfunktioniert. Oft mangelt es aber bei den Senioren noch an Aufklärung über das heute Mögliche und technisch Machbare. Hier ist vor allem das örtliche Sanitärhandwerk gefordert, um mit kompetenter Verbraucherberatung den gewaltigen latenten Nachholbedarf zu konkreten Modernisierungsaufträgen werden zu lassen.“ Aber auch im Mietwohnungssektor bestehen erhebliche Potenziale. So will der größte Wohnungskonzern, die Deutsche Annington Immobilien SE, dem rund 210.000 Wohnungen gehören, noch in diesem Jahr 1.300 leer stehende Einheiten altengerecht umbauen. Dabei sollen pro Wohnung bis zu 12.000 Euro investiert werden. Welche Möglichkeiten heute bereits bestehen, um Bäder barrierefrei und/oder altersgerecht einzurichten haben wir in einem großen Sonderteil in diesem Heft einmal beispielhaft zusammengestellt.

Auch neue Markimpulse für die energetische Sanierung

Ein weiteres wichtiges Thema für die Branche ist energetische Sanierung. Ob die Kampagne „Die Hauswende“ (www.die-hauswende.de) als erste bundesweite und branchenübergreifende Informationsoffensive zur energetischen Gebäudesanierung nun die Lust auf energetische Sanierung/Moder- nisierung steigern kann, bleibt abzuwarten. Aber erstmals ist hier unter dem Dach der Allianz für Ge- bäude-Energie-Effizienz (geea) eine Initiative am Start – um dieses



Thema einheitlich und damit konsequent einer breiten Öffentlichkeit darzustellen. Mit der Kampagne erhalten Hausbesitzer Informationen zur energiesparenden Sanierung und Unterstützung bei der Suche nach qualifizierten Energieexperten vor Ort. Solche Aktionen sind dringend notwendig, denn die Tagespresse steht den Kosten für energieeffiziente Maßnahmen zunehmend kritisch gegenüber.

Ihr Thomas Burska-Erler