

Trendverstärker: die Generation Z

Was die Millennials vorleben, scheint ihre Nachfolgeneration weiter zu forcieren.

Man verliert mittlerweile bei all den kursierenden Generationenbezeichnungen leicht den Überblick. Aktuell ziehen die Babyboomer sich in den Ruhestand zurück, während die Millennials in verantwortliche Positionen nachrücken. In den Startlöchern steht derzeit bereits jene Generation, für die sich neben den Bezeichnungen „Post-Millennials“, „Millennials 2.0“ und „Generation Greta“ vor allem der Name „Generation Z“ eingebürgert hat. Was treibt die ab der Jahrtausendwende Geborenen, wie wollen sie leben und konsumieren? Was die Generation Z besonders macht, ist zum einen ihre weitgehend digitalisierte Sozialisation. „Digital Natives“ gibt es zwar auch unter den Millennials, doch unter den Z-lern dürfte ihr Anteil an 100 Prozent heranreichen. Zum anderen teilen die Jahrgänge ab 2000 die Gewissheit, aufgrund des strukturellen Fachkräftemangels als Erwachsene kaum Arbeitslosigkeit befürchten zu müssen; was sich allerdings im Laufe der pandemiebedingten Wirtschaftskrise relativiert haben könnte. Darüber hinaus sind sie vielfältiger und (zumindest formal) gebildeter als die Vorgängergenerationen. Wie sich diese Umstände auf Werte, Vorlieben und Ziele auswirken, wurde und wird in zahlreichen Forschungsvorhaben untersucht.



Foto: iStock/Tempura

Die Generation Z legt Wert auf eine schicke Wohnumgebung, die „instagramable“ ist.

Es überrascht dabei kaum, dass viele der Generation-Z-Charakteristika auch bei den Millennials bereits angelegt sind. Doch die Z-ler treiben jene offenbar weiter. Der Jugendforscher Klaus Hurrelmann beschrieb die Alterskohorte in der „Süddeutschen Zeitung“ als ruhig und selbstbewusst, „vielleicht auch ein bisschen verwöhnt“. Stärker noch als den Millennials wird ihr eine ausgeprägte Anspruchshaltung attestiert, in puncto Mobilität und Flexibilität, bei der Work-Life-Balance, aber auch in sozialen und ökologischen Fragen. Die Dinge selbst in die Hand zu nehmen, ist

den Z-lern weniger wichtig, wie sich am positiven Verhältnis zu einem interventionistischen Staat ablesen lässt. Auch persönlicher Besitz hat für sie keinen hohen Stellenwert, folglich gelten sie als Anhänger der Sharing Economy. Zugleich setzen sich fundamentale Trends wie die Urbanisierung auch unter den Z-lern fort, die in aufgeheizte Metropolen-Immobilienmärkte mit hohen Kaufpreisniveaus hineinwachsen. Damit sind sie die Class-A-Mieter von morgen. Für die hochwertigen Apartments der BVT Residential USA-Fondsserie wird die Nachfrage somit vermutlich anhalten. ■

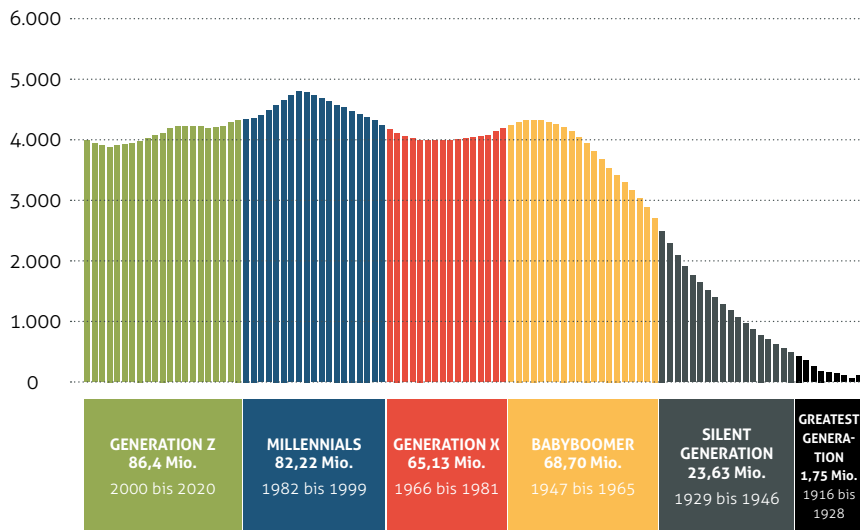
Was auf die US-Märkte zukommt

Stylisch, aber bitte nachhaltig: So wollen die heute bis zu Anfang 20-Jährigen leben und damit auch wohnen. Mit ihren Werten und Vorlieben nimmt die Generation Z wachsenden Einfluss auf das gesellschaftliche und wirtschaftliche Geschehen in den USA wie anderswo. Investoren, die langfristig denken und vorausblicken, beziehen diese demografisch gewichtige Gruppe daher in ihre Überlegungen und Entscheidungen ein. Ein Überblick.

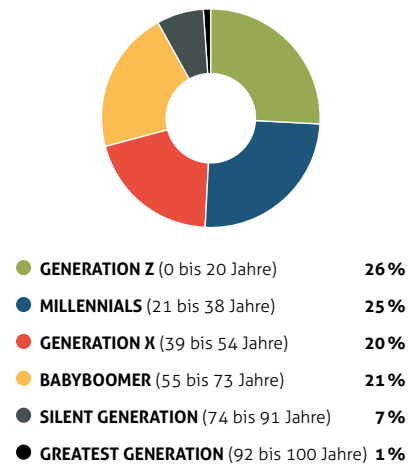
Die kommende Marktmacht

Während die geburtenstarken Millennials derzeit Wirtschaft und Gesellschaft zunehmend dominieren, betritt mit der Generation Z eine noch größere Alterskohorte das Parkett. Ihre Entscheidungen werden die Märkte der Zukunft prägen. Einschränkend sei hinzugefügt, dass die Zahl der Menschen, die einer Generation zugerechnet werden, stark differieren kann – je nachdem, wo man die Grenzzahrgänge ansetzt.

US-Bevölkerung nach Geburtsjahrgängen und Generationen in Tausend



Anteil der Generationen an der US-Gesamtbevölkerung



Quelle: United Nations Department of Economic and Social Affairs (<https://knoema.de/infographics/egydzc/us-population-by-age-and-generation-in-2020>)

»Es wird erwartet, dass die Generation Z den vorherigen Generationen folgt und zu großen Teilen in die urbanen Räume strebt.«

PwC: „Emerging Trends in Real Estate“, 2021

Quelle: <https://knowledge.uli.org/-/media/files/emerging-trends/2021/emerging-trends-in-real-estate-united-states-and-canada-2021---final.pdf>, S. 12

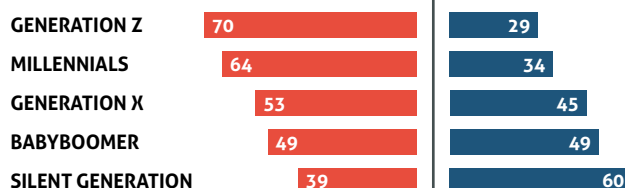
Lieber machen lassen

Sich selbst um alles kümmern? Dieser uramerikanische Anspruch scheint bei den Z-lern so gering ausgeprägt zu sein wie in keiner älteren Generation, wie die Frage nach dem Gestaltungsbereich der Regierung offenbart. Auch darauf dürfte die wachsende Offenheit gegenüber dem Wohnen zur Miete zurückgehen, bietet es doch den Komfort, dass der Vermieter die Immobilie in Schuss hält.

Die Regierung ...

... sollte sich mehr um Probleme kümmern.

... mischt sich in zu vieles ein, was Unternehmen und Privatpersonen überlassen bleiben sollte.

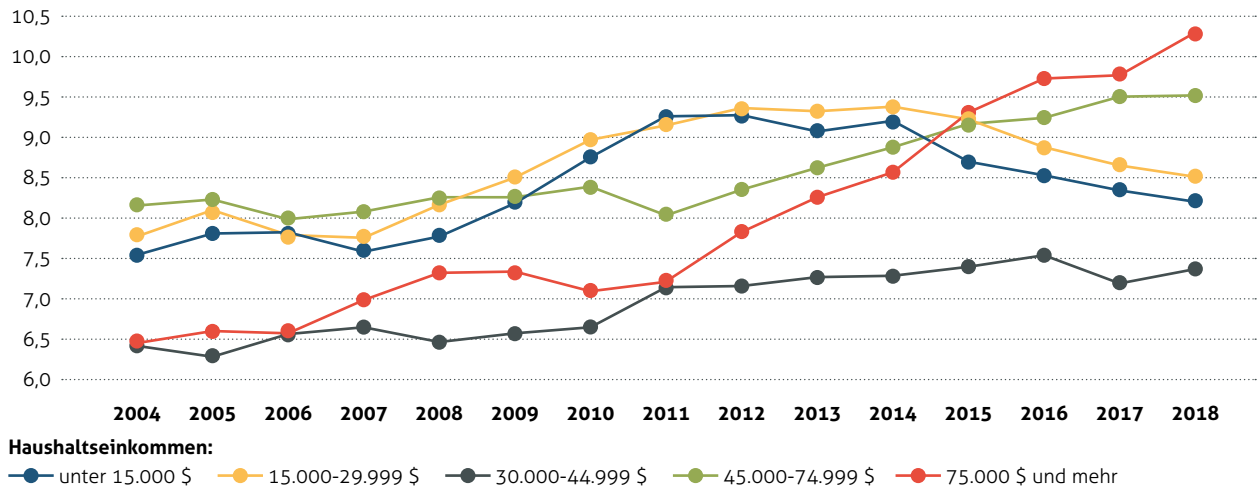


Quelle: Pew Research Center (<https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2/>)

Mieten = billig wohnen? Das war einmal

Lange Zeit wohnte in den USA nur zur Miete, wer sich kein Eigenheim leisten konnte. Das hat sich geändert, denn immer mehr US-Amerikaner verzichten bewusst auf Wohneigentum. Folglich steigt der Anteil der Gutverdiener an den Wohnungsmietern in den USA stark an.

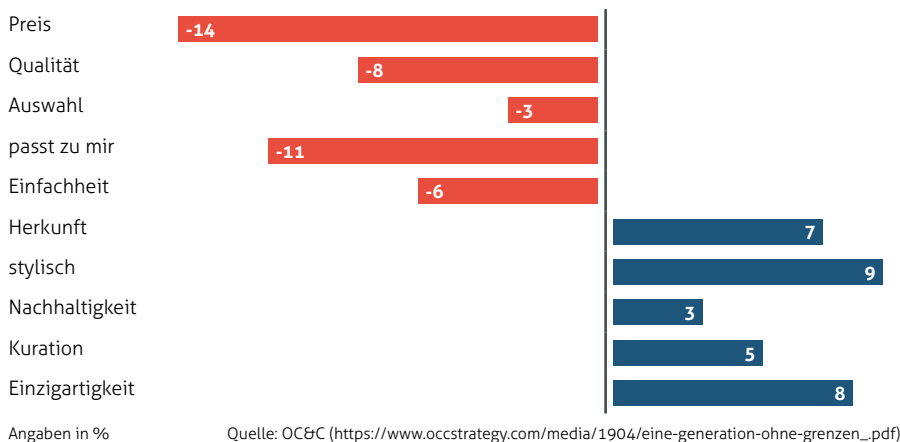
Zahl der US-Mieter-Haushalte nach Einkommensgruppen in Millionen



Herkunft und Nachhaltigkeit werden wichtiger

Der Preis eines Produkts – bei dieser Umfrage handelt es sich um Kleidung – spielt für die Generation Z eine weniger gewichtige Rolle als für die Vorgängergenerationen. Stattdessen genießen Kriterien wie Herkunft und Nachhaltigkeit höhere Priorität.

Abweichungen der Generation-Z-Antworten auf die Frage: „Was sind Ihre wichtigsten Prioritäten beim Kauf von ...?“ vom Durchschnitt der anderen Generationen (bis zu 3 Antworten möglich)



»Mangels Häusern für unter 200.000 US-Dollar auf dem Markt wird es für die Generation Z zunehmend schwieriger, eine erschwingliche Immobilie zu finden.«

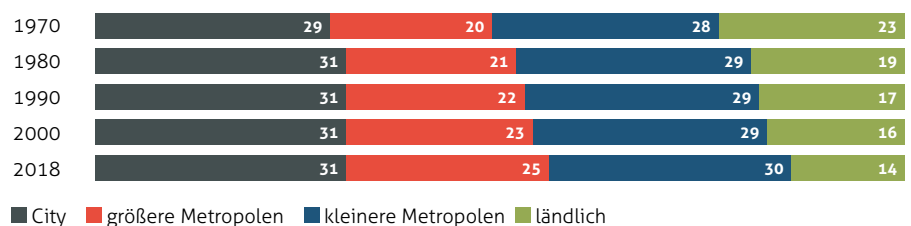
Bloomberg: „A Millennial Sized Problem Stands in Front of Gen Z Homebuyers“, 2020

Quelle: <https://www.bloomberg.com/press-releases/2020-01-22/a-millennial-sized-problem-stands-in-front-of-gen-z-homebuyers>

Metropolregionen mit Magnetwirkung

Immer weniger US-Amerikaner möchten auf dem Land leben. Mit der klimabewegten Generation Z dürfte sich dieser Trend verstärken, denn in Metropolregionen zu leben bedeutet kurze Wege und durchschnittlich weniger Umweltverschmutzung – neben den sonstigen Vorzügen.

Anteil verschiedener Wohnmakrolagen in den USA



Quelle: Pew Research Center (<https://knowledge.uli.org/-/media/files/emerging-trends/2021/emerging-trends-in-real-estate-united-states-and-canada-2021---final.pdf>)

Der Anspruch muss stimmen

Unisono werden der Generation Z hohe Ansprüche bescheinigt – an die Nachhaltigkeit ihrer Lebensweise, aber auch an (Wohn-)Komfort.

Bezeichnenderweise gilt Greta Thunberg als Galionsfigur jener Generation, die im Bewusstsein einer drohenden Klimakatastrophe aufgewachsen ist. Nachhaltigkeit ist für die ab 2000 geborenen Jugendlichen und Jungerwachsenen – zumindest für die idealtypischen Vertreter – daher in allen Lebensbe-

langen von Bedeutung. Damit auch beim Wohnen. Wie aber sieht nachhaltiges Wohnen aus? Entscheidende Faktoren sind der Haustyp und die Lage mit ihrer Verkehrsanbindung. Klimafreundlich wohnt man eher in Mehr- als in Einfamilienhäusern, denn Letztere verbrauchen pro Quadratmeter Wohnraum deutlich

mehr Fläche, Ressourcen und Energie. Zudem sollte die Lage kurze Wege zur Arbeit, zu Ärzten und für den täglichen Bedarf ermöglichen, was für gut angebundene Metropolregionen spricht. „Es ist vernichtend für die Ökobilanz, ein Einfamilienhaus im Grünen zu bauen“, bringt der Baustoff- und Bauchemie-Experte Dietmar Stephan von der TU Berlin es im „Münchener Merkur“ auf den Punkt.

In gefragten Lagen sind Kaufimmobilien in den USA indes, ebenso wie in Deutschland, zum Luxusgut geworden. Mieten ist also wirtschaftlich geboten, bedient aber auch den Anspruch auf Flexibilität und Mobilität. Und den an gehobenen Wohnkomfort, wenn es sich um Class-A-Apartments handelt. Diese sind bei Gutverdienern jeder Alterskohorte gefragt, weshalb sich der Standard der US-Mietwohnungen stetig erhöht, durch Upgrading wie durch Class-A-Neubauten. Hochwertige Mietapartments in wachstumsstarken US-Metropolen passen mithin auf den Bedarf der Generation Z und dürften sich als zukunftsfeste Immobilienklasse erweisen. ■



Foto: iStock / keilig

Die Frage „Wie wohne ich klimaschonend?“ treibt die „Generation Greta“ um.

Die BVT Residential USA-Serie bietet Investitionsmöglichkeiten in den US-Mietwohnungsmarkt. Bei diesen Beteiligungsmöglichkeiten handelt es sich um Beteiligungen an geschlossenen AIF im Sinne des Kapitalanlagegesetzbuchs (KAGB), die mit Risiken verbunden sind. Anleger stellen der jeweiligen Investmentgesellschaft Eigenkapital zur Verfügung, das durch Verluste aufgezehrt werden kann. Die Beteiligungen sind nur eingeschränkt handelbar. Es bestehen projektentwicklungstypische Risiken, insbesondere das Risiko eines nicht prognosegemäßen Bauverlaufs bzw. Verkaufs. Die Beteiligungen weisen aufgrund der vorgesehenen Zusammensetzung des jeweiligen Investmentvermögens und der Abhängigkeit von der Marktentwicklung sowie den bei der Verwaltung verwendeten Techniken eine erhöhte Volatilität auf. Das bedeutet, dass der Wert der jeweiligen Beteiligung auch innerhalb kurzer Zeiträume erheblichen Schwankungen nach oben und nach unten unterworfen sein kann. Da es sich um eine Investition in US-Dollar handelt, kann die Rendite infolge von Währungsschwankungen steigen oder fallen. Die für eine Anlageentscheidung maßgebliche Beschreibung der Risiken und sonstiger wesentlicher Einzelheiten erfolgt in den für die jeweilige Investitionsmöglichkeit erstellten gesetzlichen Verkaufsunterlagen. Diese Dokumente (in deutscher Sprache) sind jeweils während der Dauer des Vertriebs kostenlos in Papierform erhältlich bei der derigo GmbH & Co. KG, Rosenheimer Straße 141 h, 81671 München, sowie ggf. in elektronischer Form unter www.derigo.de. Die steuerliche Behandlung hängt von den persönlichen Verhältnissen des jeweiligen Anlegers ab und kann künftig Änderungen unterworfen sein. Dies ist eine Marketing-Anzeige. Bitte lesen Sie den Verkaufsprospekt des jeweiligen alternativen Investmentfonds sowie die Wesentlichen Anlegerinformationen, bevor Sie eine endgültige Anlageentscheidung treffen.

Impressum

Herausgeber:

BVT Beratungs-, Verwaltungs- und Treuhandgesellschaft für internationale Vermögensanlagen mbH, Tölzer Straße 2, 82031 Grünwald

Redaktion:

Harald von Scharfenberg (verantwortlich)
BVT Beratungs-, Verwaltungs- und Treuhandgesellschaft für internationale Vermögensanlagen mbH, Tölzer Straße 2, 82031 Grünwald
E-Mail: presse@bvt.de

Gesamtrealisation:

Alsterspree Verlag GmbH
Kurfürstendamm 173/174, 10707 Berlin
www.alsterspree.de

Redaktionsstand: 30.09.2021