Real I.S. Research News
Mikrowohnen

November 2026



Was treibt Markt und Betreiber?

Wohnen zählt derzeit zu den attraktivsten Anlageklassen. Warum? Der Wohnungsmarkt ist vergleichsweise konjunkturunabhängig und damit besonders resilient. Das strukturelle Angebotsdefizit sowie der Trend zur Singularisierung der Haushalte sorgt für eine sichere Vermietung auf lange Sicht. Gleichzeitig verändern sich die Ansprüche an modernes Wohnen. Viele Mieter suchen heute zunehmend flexible temporäre Wohnlösungen, die durch klassische Mietformen nicht ideal bedient werden können. Speziell für diese Anforderungen gibt es das Segment Mikrowohnen.

1. Wer sind die großen Player bei den Betreibern?

Die unterschiedlichen Konzepte von Mikrowohnen können nicht immer eindeutig differenziert werden. Obwohl es zunehmend Mischkonzepte gibt, können Mikrowohnprojekte anhand deren Nutzergruppen unterschieden werden. Es gibt im Wesentlichen drei Gruppen von Nutzern: Studenten, berufstätige Nutzer (z.B. Projektmitarbeiter, Expats (1)) und Senioren. Innerhalb dieser Gruppierung werden im Folgenden große in Deutschland aktive Betreiber skizziert (2).

a) Apartments für zahlungskräftige Studenten

Die größten kommerziellen Betreiber von Studentenapartments sind i Live (über 7.000 Betten), International Campus (Marke THE FIZZ, ca. 4.000 Betten), Berlinovo (ca. 3.300 Betten, Landesunternehmen/ öffentlicher Auftraggeber) und Home & Co (ca. 2.900 Betten). Studenten-Mikroapartments konkurrieren mit i.d.R. preiswerteren öffentlich-rechtlich organisierten Studentenheimen, die jedoch meist lange Wartelisten haben und teilweise wenig Komfort bieten. Der Zugang zum klassischen Wohnungsmarkt ist besonders für Studenten aus dem Ausland oft schwierig zu organisieren.

b) Vom Luxus-Apartment-Hotel bis zur modernen Pension – temporäre Wohnformen für Berufstätige

Die großen gewerblichen Betreiber von Serviced Apartments und vergleichbare Angebote für Berufstätige sind in Tabelle 1 aufgeführt. Die Spannbreite reicht von großzügigen und komfortablen Hotelzimmern mit Long-Stay-Option in Metropolen bis zu preiswerten Apartmentzimmern mit Kühlschrank und kleiner Kochnische in Kleinstädten.

Tabelle 1: Übersicht Betreiber Serviced Apartments für Professionals

Betreiber	Schwerpunkt	Marktposition	Standorte
Adina Hotels	Serviced Apartmets mit Hotelcharakter, Apartments/ Studios mit Küche, Essbereich, Waschmaschine und Hotelservices	über 2.000 Einheiten Eine Marke der australischen TFE Hotel Gruppe, die international 80 Hotels mit über 11.000 Zimmer betreiben	22 Objekte Europa, 28 Australien/ Neuseeland, 1 Asien
WMM Hotels	Apartmentzimmer (mit Kochnische, Kühlschrank) nur online buchbar, kein Rezeptions- oder Gastronomiebetrieb	ca. 100, oft kleinere Standorte, deutschlandweit, ideal für Geschäftsreisende mit eingeschränktem Budget, Monteure, Touristen auf Durchreise	ca. 100 Deutschland
Limehome	komfortable Design-Apartments	350 Objekte 13.000 Apartments und Hotelzimmer	13 europäische Länder, 156 Städte
Living Hotels	Keine Mindestbuchungsdauer, Serviced Apartments mit Kitchenette, Wohn- und Schlafbereich, wöchentlicher Reinigung.	Mittelständischer Anbieter, auch spezielle Angebote für Firmenkunden, und Relocation Services	18 Apartment Hotels in 9 Städten in Deutschland, Österreich (Wien) und Südafrika (Kapstadt)
iapartment	Design Serviced-Apartments in Deutschland für Business-Longstay / Expats	1.200 Apartments	11 Städte in Deutschland, 18 Objekte

(1) Expats sind qualifizierte Fachkräfte, die für einen begrenzten Zeitraum (oft 1 – 5 Jahre) in eine ausländische Niederlassung entsandt werden
(2) Quellen: bulwiengesa, Cushman & Wakefield, CBRE, ifo-Institut, pm pflegemarkt.com u.a.

Real I.S.

c) Mikrowohnen für Senioren – wichtig sind unkomplizierter Zugang zu Unterstützung im Alltag und Serviceleistungen
Auch für die Zielgruppe Senioren ist die Bandbreite der Konzepte von speziell kleinen Wohnformen groß. Senior Living beschreibt oft kompakte und barrierefreie oder zumindest barrierearme Wohnungen zwischen 18 bis 40 m², die sich an eigenständige Senioren oder „Wieder-Singles" richten. Die Interessenten und Bewohner wollen sich räumlich verkleinern, auf Unterstützung zurückgreifen können und in der Nähe von belebten Stadtzentren mit guter Infrastruktur leben.
Im Unterschied zum Sektor Betreutes Wohnen gibt es bei Mikrowohnanlagen für Senioren keinen festen Betreuungsvertrag (mit z.B. Hausnotruf, Ansprechpartner, Essenlieferung, ambulante Pflegedienste), sondern Dienstleistungen wie Reinigung, Wäsche, Hilfe bei Arztterminen, Behördengänge u.a. können als Grund- oder Zusatzleistungen abgerufen werden. Die Spannbreite reicht von der luxuriösen Seniorenresidenz bis zu einfachen altersgerechten Mikroapartments. Angebote mit Pflegeleistungen beginnen beim Betreuten Wohnen, vollumfängliche Pflegeleistungen bieten klassische Pflegeheime. Auch hier ist eine Differenzierung in der Praxis schwierig, oft werden innerhalb einer Anlage unterschiedliche Wohnformen und Dienstleistungen angeboten. In Deutschland gibt es rd. 8.000 Wohnanlagen mit mehr als 330.000 Wohnungen. Große Betreiber bewirtschaften oft auch klassische Pflegeheime.

Tabelle 2: Große Betreiber für Senioren-Wohnen

	Wohnanlagen Seniorenheime	Wohnplätze	Eigentümerstruktur
Augustinum gemeinnützige GmbH	25	7071	gemeinnützig
Victor's Group	58	3834	privat
Alloheim Senioren-Residenzen Holding SE	102	3517	privat
Frankfurter Verband für Alten- und Behindertenhilfe	57	3486	gemeinnützig
Die Johanniter	101	3332	gemeinnützig

Neben privaten Betreibern gibt es historisch gewachsene gemeinnützige und genossenschaftliche Betreiber mit hohem Marktanteil

2. Was sind die aktuellen Management-Themen?

Unterschiedliche Mietdauern, Fluktuation und eine Reihe von Services erhöhen die operative Komplexität des Betriebs. Betreiber stoßen bei Mietpreiserhöhungen zunehmend an ihre Grenzen. Grund dafür sind das bereits hohe Preisniveau durch die Preiserhöhungen der letzten Jahre und die weiter gestiegenen Nebenkosten. Ein effizienter Betrieb ist daher entscheidend. Durch die Digitalisierung interner Abläufe können Prozesse optimiert und Kosten reduziert werden. Die gesamte Customer Journey erfolgt digital – von der Mieteranbahnung und Vertragsunterzeichnung über Buchung, Check-in und Abruf von Serviceleistungen bis hin zur Bezahlung und zum Auszug. Ergänzend ermöglichen digitale Plattformen den Aufbau sozialer und beruflicher Netzwerke. Die Bildung von Communities wird besonders von ortsfremden Mietern gerne beansprucht.

Betreiber können durch die Digitalisierung Personal- und Verwaltungskosten minimieren und gleichzeitig Auslastung, Kundenbindung und Kundenzufriedenheit steigern. Zudem bieten sich hierbei Upselling Chancen, indem zusätzliche Serviceleistungen angeboten werden. Die Auswertungen von Datenbeständen zu Buchungsverhalten, Aufenthaltsdauern, Nutzerverhalten und saisonale Einflüsse kann für die individualisierte Kundenansprache oder für differenzierte Preisstrategien verwendet werden. Hierzu werden zunehmend KI-Tools eingesetzt.

Exkurs: Beispiel Neupositionierung „The Bloom Homes"

Produkt, Preis und Zielgruppe müssen am konkreten Standort zusammenpassen, effizient bewirtschaftet und vorausschauend gemanagt werden. Das Beispiel „The Bloom Homes" in Berlin zeigt, wie durch eine zielgerichtete neue Ausrichtung Auslastung, Mietertrag und Wert eines Apartmenthauses deutlich gesteigert werden kann.



Mit gezielten Veränderungen lassen sich gerade im Bestand erhebliche Potenziale heben.

Markus König
Director Asset Management,
Real I.S.

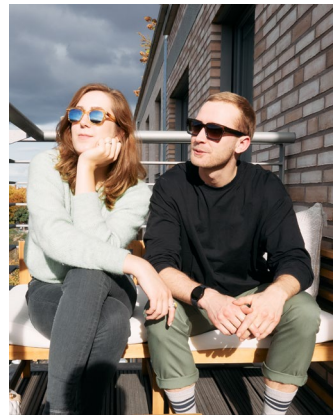
CASE STUDY: THE BLOOM HOMES, BERLIN



Real I.S. übernahm das Management eines Apartmenthauses in Berlin-Oberschöneweide mit 99 Mikrowohnungen. Das Objekt hatte zeitweise rund 30% Leerstand, die Bewohner waren heterogen, die Wohnungen weitgehend unmöbliert.
Für die Neupositionierung kooperierte die Real I.S. mit einem Anbieter für Dienstleistungen speziell für den Sektor Mikrowohnen. Die Firma BelForm hat bereits über 10.000 Apartments gestaltet und ist auch in der Vermietung aktiv. Gemeinsam wurde ein neues Konzept für Studierende und Young Professionals entwickelt und umgesetzt. Die Apartments wurden modernisiert, hochwertig möbliert und mit Küchenzeilen ausgestattet. Hinzu kamen Gemeinschaftsflächen mit Co-Working- und Aufenthaltsbereichen, ein hauseigenes Fitness-center und ein zentraler Wasch- und Trockenraum. Zu den Serviceleistungen gehören Highspeed-Internet, Paketboxen und die Möglichkeit der persönlichen Ansprache bei Vermietung und Bezug durch Service-personal direkt im Gebäude.

Ergebnis: Seit Abschluss der Vermarktungsmaßnahmen liegt die Auslastung konstant zwischen 95 und 98 Prozent. Auch die Vertragsmieten sind gegenüber dem Ausgangsniveau um rund 60 Prozent gestiegen. Parallel dazu hat sich der Verkehrswert erhöht und liegt heute bei dem rund 1,6-fachen des ursprünglichen Niveaus.

3. Welche Nutzergruppen treiben die Nachfrage?



Im Wesentlichen sind 5 Zielgruppen von Zuziehenden für die Nachfrage nach Micro Living relevant:

- Studierende und Auszubildende aus dem Ausland
- Studierende und Berufseinsteiger aus anderen inländischen Städten
- Fachkräfte / Expats aus dem Ausland
- Fachkräfte und Pendler anderen inländischen Städten
- Alleinlebende Senioren, die einfache Wohnkonzepte und Unterstützung im Alltag suchen.

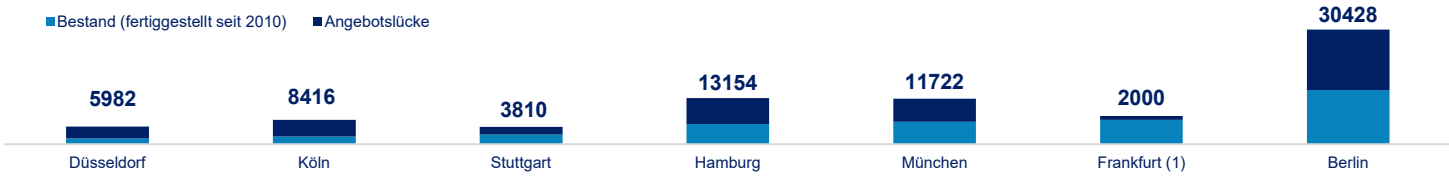
Die Mikrowohnen-Branche profitiert von aktuellen Megatrends:

- Die Zahl der Studierenden in Deutschland steigt kontinuierlich, voraussichtlich auch auf lange Sicht.
- Der Bedarf der Arbeitnehmer und Führungskräfte (sogen. Expats) an flexiblen Wohneinheiten nimmt zu.
- Der Anteil der Singlehaushalte wächst - demografisch bedingt - weiter.

Mikrowohn-Konzepte bieten vom ersten Tag an eine komfortable Wohnmöglichkeit, die ohne langen zeitlichen Vorlauf und ggf. auch ohne Sprach-kenntnisse sofort bezogen werden kann. Nutzer brauchen keine weiteren Verträge abzuschließen (Strom, Internet, Medien) und können ihren Wohn-standort nach einer bestimmen Zeit auch wieder ohne viel Aufwand verlassen bzw. wechseln. Dabei kommen Nutzern, die eine temporäre Wohnung an einem fremden Standort suchen die sehr niedrigschwelligen digitalen und mehrsprachigen Buchungsmöglichkeiten und die „Plug-and-Play"-Denkweise (Möblierung bis zur Vollausstattung plus Dienstleistungen) der Mikrowohn-Betreiber sehr entgegen.

Die große Nachfrage nach flexiblem Wohnraum trifft in den begehrten Städten auf ein knappes Angebot. Die Auslastung von wohnungswirtschaft-lichen Apartmenthäusern liegt stabil bei 96% (bulwiengesa Initiative Micro-Living, Juni 2026). Laut Micro-Living Atlas von BelForm und bulwiengesa (Oktober 2026) fehlen in den deutschen Top 7 Städten rd. 75.000 wohnungswirtschaftliche Micro-Apartments (siehe Abbildung 1). Um diese Angebotslücke zu schließen, müssten mindestens 450 Apartmenthäuser heutiger Größe gebaut werden. Das ist mehr als der aktuelle Bestand an wohnwirtschaftlichen Micro-Apartments, die ab 2010 gebaut wurden.

Abbildung 1: Bestand und Angebotslücke Top 7-Städte Deutschland (Quelle: BelForm, bulwiengesa 2026)



Unter dem Begriff "Micro Living" entsteht ein innovativer Wohnungsmarkt, der Investoren und Bauherren neue Chancen für attraktive Anlagen bietet. Je nach Konzept und Standortbedingungen liegt eine gewerbliche oder wohnungswirtschaftliche Nutzung vor. Bei einer entsprechenden baurechtlichen Situation und Ausrichtung der Nutzung besteht mehr Gestaltungsfreiheit und weniger Regulierung als bei klassischem Wohnen. Im Vergleich mit klassischen Wohnungen können bei Mikro-Wohnanlagen höheren Mieterträgen pro Quadratmeter und Zusatzeinnahmen durch Dienstleistungen erzielt werden. Dadurch können Projekte realisiert werden, die sich wegen hoher Grundstücks- und Baukosten für klassisches Wohnen nicht mehr darstellen lassen.

FAZIT

Konzepte und Nutzer von Mikroapartments sind vielfältig. Allen Mikro-Wohnformen gemeinsam ist, dass sie speziell auf moderne Bedürfnisse ihrer Bewohner zugeschnitten sind und auf kleinen Flächeneinheiten oft deutlich mehr bieten als „reinen“ Wohnraum. Trotz der Ausweitung des Bestandes in den letzten Jahren und der zunehmenden Spezialisierung der Konzepte und Betreiber herrscht ein Mangel an Mikroapartments. Der Bedarf an temporären Wohnformen mit Dienstleistungsangebot ist auch in den kommenden Jahren groß. Die wachsende Zahl der wichtigsten Nutzergruppen stellt eine hohe Auslastung und damit einen wirtschaftlichen Betrieb sicher. Das macht Mikroapartments zu interessanten Investments für institutionelle Anleger.

Viele Grüße, Ihr Real I.S. Research-Team



Ihr Ansprechpartner
Sven Scherbetitsch
Real I.S. AG
Research und Investitionsstrategie
sven.scherbetitsch@realisag.de