

Professur für Landmanagement  
Julia Süring

# Welche Ansprüche stellen unterschiedliche Käufergruppen an Wohnimmobilien? – Erste Ergebnisse

Demografie-Salon - Dresden, 17.11.2023

# Motivation zur Arbeit

- Immobilienmarkt heterogener Markt mit einer Vielzahl an Akteuren
- Normierte Wertermittlungsverfahren ermöglichen einen einheitlichen Rahmen und leisten durch die objektive Herangehensweise einen besonderen Beitrag für die Markttransparenz
- Allerdings weichen regelmäßig der Verkehrswert als Ergebnis einer Immobilienbewertung und der Kaufpreis als Ergebnis individueller Verhandlungen zwischen Käufer und Verkäufer voneinander ab
- Ziel der Arbeit: Versuch, die Spanne zwischen dem ermittelten Verkehrswert und dem tatsächlichen Kaufpreis durch die Käuferperspektive besser erklären zu können und ggf. bereits vorhandene zur Verkehrswertermittlung herangezogene Kriterien anders zu gewichten

# Forschungsvorhaben Übersicht

## Forschungs- lücke

- Internationale Literaturrecherche
- Erarbeitung des Forschungsstandes

## Forschungs- fragen

- Ableitung des Forschungsfragen aus der Literatur
- Ziel der Arbeit

## Qualitative Vorstudie

- Untersuchungsgegenstand definieren
- Konzipierung des Leitfadens zur Durchführung einer Käuferbefragung
- Auswertung der Käuferbefragung (MaxQDA)

## Quantitative Hauptstudie

- Untersuchungsraum definieren
- Konzipierung eines quantitativen Fragebogens mittels der gewonnenen Daten aus der Vorstudie
- Auswertung der Fragebögen (SPSS)

## Validierung

- Statistische Validierung
- Prüfung der Ergebnisse mittels Experteninterviews

## Qualitative Vorstudie

- Untersuchungsgegenstand definieren
- Konzipierung des Leitfadens zur Durchführung einer Käuferbefragung
- Auswertung der Käuferbefragung

# Ergebnisse der qualitativen Vorstudie I

## Befragte Käufer

- 30 und 42 Jahre (ein Person 21 Jahre)
- Meist in Familienplanungsphase/in den letzten Jahren eine Familie gegründet
- Meist erste erworbene Wohnimmobilie

## Gründe zur Kaufbereitschaft einer Wohnimmobilie

- Familiäre Vergrößerung
- Vergrößerung der Wohnfläche
- Wunsch nach Eigentum und Selbstgestaltung
- Dringlichkeit/Zwangslage
- Verfügbarkeit eines gutes Angebots

# Ergebnisse der qualitativen Vorstudie II

## Lage

- Erreichbarkeit in Bezug zu Arbeitsstätten, Bildungseinrichtungen und Daseinsvorsorgeeinrichtungen im Vordergrund

## Wohnfläche

- größere Wohnfläche (Familie)

## Sanierungszustand

**Die Untersuchung konnte verdeutlichen, welche Parameter beim Kauf einbezogen werden und dass Käufer bereit sind, mehr für den Erhalt der Wunschkriterien zu zahlen.**

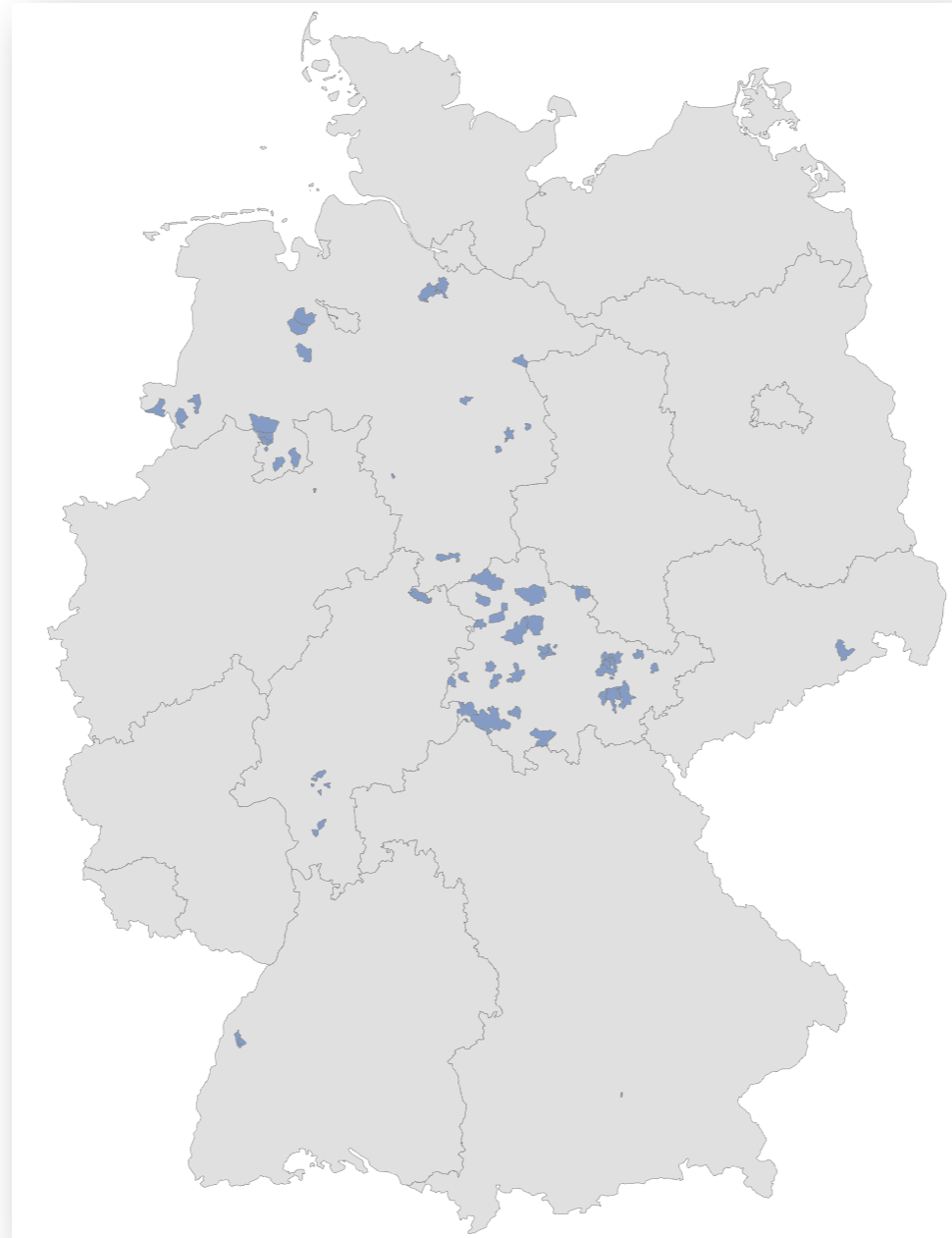


## Quantitative Hauptstudie

- Untersuchungsraum definieren
- Hypothesen aufstellen
- Konzipierung eines quantitativen Fragebogens mittels der gewonnenen Daten aus der Vorstudie
- Auswertung der Fragebögen

# Quantitative Hauptstudie

## Untersuchungsraum





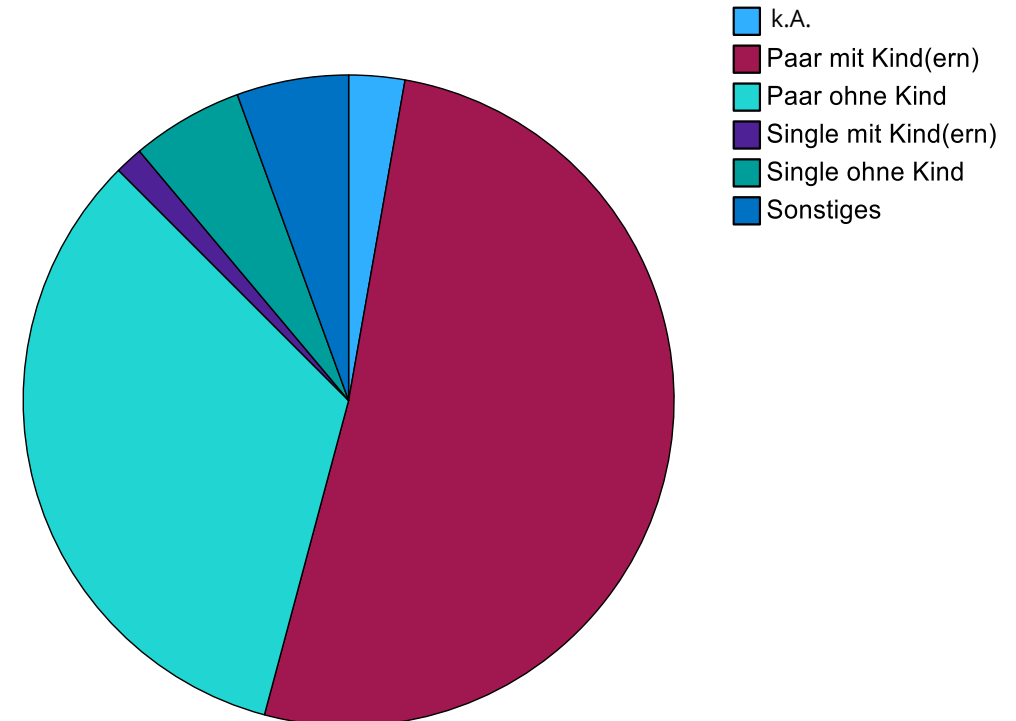
# Hypothesen



# Käufer nach Haushaltsformen

Haushaltsform	Häufigkeit	Prozent (%)
<b>Paar mit Kind(ern)</b>	<b>37</b>	<b>51</b>
<b>Paar ohne Kind</b>	<b>24</b>	<b>33</b>
Single mit Kind(ern)	1	1
Single ohne Kind	4	6
Sonstiges	4	6
k.A.	2	3
<b>Gesamt</b>	<b>72</b>	<b>100</b>

Für welche Haushaltsform wurde das Objekt gekauft?



(Eigene Darstellung mit SPSS)

# Käufer nach Altersklassen

Altersklassen	Häufigkeit	in %
18-29	6	8
<b>30-39</b>	<b>29</b>	<b>40</b>
<b>40-49</b>	<b>18</b>	<b>25</b>
50-64	12	17
Über 64	5	7
k.A.	2	3
<b>Gesamt</b>	<b>72</b>	<b>100</b>

Altersklassen	Häufigkeit mit Kind(ern)	in %	Häufigkeit ohne Kinder	in %
18-29	3	8	1	5
<b>30-39</b>	<b>17</b>	<b>46</b>	<b>7</b>	<b>32</b>
<b>40-49</b>	<b>13</b>	<b>35</b>	2	9
<b>50-64</b>	4	11	<b>8</b>	<b>36</b>
Über 64	-	-	4	18
k.A.	-	-	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>37</b>	<b>100</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

# Haushaltsnettoeinkommen der Käufer (Paare)

Monatliches Haushaltsnettoeinkommen (in Euro)	Häufigkeit mit Kind(ern)	in %	Häufigkeit ohne Kinder	in %
unter 2000	-	-	1	5
2000 bis unter 3000	2	5	1	5
3000 bis unter 4000	3	8	5	23
<b>4000 bis unter 5000</b>	8	22	<b>6</b>	<b>27</b>
5000 bis unter 6000	6	16	4	18
6000 bis unter 7000	5	14	1	5
<b>ab 7000</b>	<b>11</b>	<b>30</b>	1	5
k.A.	2	5	3	12
<b>Gesamt</b>	<b>37</b>	<b>100</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

# Kaufbeeinflussende Faktoren nach Käufergruppen (Lagemerkmale)

Faktor	Paar mit Kind(ern)		Paar ohne Kinder	
	Mittelwert	Std.- Abweichung	Mittelwert	Std.- Abweichung
<b>Dienstleistungsangebote (Schule, Supermarkt)</b>	<b>67</b>	<b>21</b>	<b>51</b>	<b>34</b>
<b>Lage in der Stadt/im Dorf</b>	<b>73</b>	<b>25</b>	<b>78</b>	<b>17</b>
<b>Lage in der Region</b>	<b>75</b>	<b>18</b>	<b>67</b>	<b>25</b>
Verkehrsanbindung (ÖPNV, Autobahn)	65	21	65	31
Lärmbelästigung	68	26	68	26
Zustand Straßen/Plätze	55	21	51	26
Entfernung zu sozialen Kontakten (Verwandte/Bekannte)	71	26	69	24
Geruchsbelästigung	57	32	55	35

# Kaufbeeinflussende Faktoren nach Käufergruppen (Allgemeine Immo.-Merkmale)

Faktor	Paar mit Kind(er)		Paar ohne Kind(er)	
	Mittelwert	Std.- Abweichung	Mittelwert	Std.-Abweichung
Immobilienart	68	19	75	16
<b>Gebäudekonstruktion</b>	<b>48</b>	<b>23</b>	<b>64</b>	<b>19</b>
Grundstücksgröße	62	23	74	19
Wohn- und Nutzfläche	74	15	76	17
Zimmeranzahl	79	14	75	17
Sanierungszustand	63	25	71	24
Baujahr	54	27	60	26
<b>Immobilienausstattung/Immobilienstandards</b>	<b>55</b>	<b>25</b>	<b>60</b>	<b>20</b>
Stellplatz (Carport, Tiefgarage)	59	26	69	20
<b>Energieeffizienz</b>	<b>54</b>	<b>26</b>	<b>63</b>	<b>25</b>

# Kaufbeeinflussende Faktoren nach Käufergruppen (energetische/klimatische Immo.-Merkmale)

Faktor	Paar mit Kind(ern)		Paar ohne Kind(er)	
	Mittelwert	Std.- Abweichung	Mittelwert	Std.- Abweichung
<b>Energieeffizienzklassen</b>	<b>54</b>	<b>22</b>	<b>67</b>	<b>24</b>
Heizungsanlage	61	24	66	22
Schutz v. Extremwetterereignisse	60	18	63	27
<b>Erneuerbare Energien vorhanden</b>	<b>35</b>	<b>26</b>	<b>56</b>	<b>26</b>
Temperaturen im Gebäude/Jahreszeit	58	22	60	26
Voraussetzung zum Anbringen einer Solar-/Photovoltaikanlage	57	27	60	24
Hausanschluss (Zu-/Abwasser)	72	21	78	22

# Zwischenfazit





# Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Julia Süring  
Wissenschaftliche Mitarbeiterin

✉ [julia.suering@tu-dresden.de](mailto:julia.suering@tu-dresden.de)  
🔗 <https://tu-dresden.de/bu/umwelt/geo/gi/lm>  
☎ 0351-463-42012