

Gutachten

Ein- und Zweifamilienhäuser:
Entwicklung von Marktwerten in Abhängigkeit von der
Bauweise, der Existenz eines Kellers
sowie alternativen Heizungssystemen

erstellt im Juni 2009 von der

DIA Consulting AG

Bearbeitung:
Prof. Dr. Dr. h. c. Hans-Hermann Francke
Dr. Marianne Moll-Amrein

im Auftrag von

MASSIV MEIN HAUS e. V.
PRO KELLER e. V.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	2
Abbildungsverzeichnis	3
A. Problemstellung: Wertentwicklung von Eigenheimen.....	4
B. Durchführung einer Expertenbefragung	5
C. Befragungsergebnisse.....	9
I. Bauweise	9
1. Problemstellung.....	9
2. Befragungsergebnisse.....	10
a) Vermarktung.....	10
b) Wertentwicklung.....	13
c) Eigenschaften.....	16
II. Unterkellerung	20
1. Problemstellung.....	20
2. Befragungsergebnisse.....	21
a) Vermarktung.....	21
b) Wertentwicklung.....	24
III. Heizung und Energie	28
1. Problemstellung.....	28
2. Befragungsergebnisse.....	29
a) Primäre Heizungsart	29
b) Zweite Feuerstätte	30
c) Energieeffizienz und Einstellung der Nachfrager	33
D. Preis- und Einkommensanalyse	35
I. Problemstellung	35
II. Unterschiedliche Affordability-Indikatoren für deutsche Bundesländer.....	36
III. Affordability und höherwertige Ausstattungsmerkmale.....	38
1. Bauweise	38
2. Unterkellerung	38
3. Heizung und Energie	39
E. Zusammenfassung der Ergebnisse	40
Anhang: Fragebogen	43

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Umfrageteilnehmer nach Tätigkeit	6
Abbildung 2: Umfrageteilnehmer nach Bundesländer.....	7
Abbildung 3: Vermarktungschancen Bauweise.....	10
Abbildung 4: Vermarktungsdauer Bauweise	11
Abbildung 5: Prognose Vermarktungschancen Bauweise	12
Abbildung 6: Wertentwicklung Bauweise	13
Abbildung 7: Wiederverkaufspreise Bauweise.....	14
Abbildung 8: Preisdifferenzen Bauweise.....	15
Abbildung 9: Gesamtnutzungsdauer Bauweise	16
Abbildung 10: Eigenschaften Bauweise	18
Abbildung 11: Vermarktungschancen Unterkellerung.....	21
Abbildung 12: Vermarktungsdauer Unterkellerung	22
Abbildung 13: Prognose Vermarktungschancen Unterkellerung	23
Abbildung 14: Wertentwicklung Unterkellerung	24
Abbildung 15: Wiederverkaufspreise Unterkellerung.....	25
Abbildung 16: Preisdifferenzen Unterkellerung.....	26
Abbildung 17: Beheizungsalternativen.....	29
Abbildung 18: Zweite Feuerstätte	30
Abbildung 19: Eigenschaften Ausstattung mit zweiter Feuerstätte	31
Abbildung 20: Energieeffizienz.....	33
Abbildung 21: Einstellung der Nachfrager hinsichtlich Energieversorgung.....	34
Abbildung 22: Affordability-Indikatoren deutsche Bundesländer.....	37
Abbildung 23: BIP pro Kopf deutsche Bundesländer	37

A. Problemstellung: Wertentwicklung von Eigenheimen

In einer Vielzahl von Studien konnte gezeigt werden, dass die Wertentwicklung von Eigenheimen aus volkswirtschaftlicher Sicht von einer Reihe dominanter Bestimmungsgründe abhängt. Nachfrageseitig sind dies Veränderungen des Einkommens, der Demografie sowie der finanziellen Rahmenbedingungen. Angebotsseitig sind Baukosten und Baulandpreise von zentraler Bedeutung. Analysen dieses Typs vermögen jedoch nur die Preisindizes der Eigenheime in ganzen Volkswirtschaften oder Regionen bzw. die diesbezüglichen Unterschiede zu erklären. Dagegen können die relativen Preise einzelner Objekte in vergleichbarer Lage durch derartige Analysen nicht ermittelt werden. Sie werden vielmehr von individuellen Ausstattungsmerkmalen und deren Wertschätzung durch potenzielle Nachfrager, kurz gesagt, wichtigen Faktoren des so genannten Sachwerts der Immobilie, bestimmt. Die vorliegende gutachterliche Studie zielt auf die Bewertung bestimmter derartiger Faktoren des Sachwerts von Eigenheimen in Deutschland.

Die Auftraggeber haben dazu die Problemstellung in dreifacher Hinsicht präzisiert:

- Erstens soll die wertrelevante Bedeutung der Faktoren Bauweise (Massivbau- versus Leicht-/Fertigbauweise), Unterkellerung sowie Heizungs- und Energienutzungssysteme untersucht werden.
- Zweitens sollen dazu in den einzelnen Bundesländern Deutschlands eventuell auftretende Unterschiede in den Käuferpräferenzen bzw. Vermarktungschancen ermittelt werden.
- Drittens sollen die Ergebnisse der vorliegenden Studie soweit möglich mit denjenigen verglichen werden, welche in einem ähnlichen Gutachten aus dem Jahre 2000 resultieren.

Wie in der älteren Untersuchung basieren die folgenden Ergebnisse auf einer umfangreichen Expertenbefragung, die für Deutschland insgesamt weitgehend repräsentativ ist. Soweit für einzelne (kleinere Bundesländer) nur wenige Befragungsdaten vorliegen, ist dieser Mangel für die gesamtdeutschen Ergebnisse von relativ geringer Bedeutung. Das Erhebungsdesign der Expertenbefragung ist im folgenden Abschnitt B erläutert. Der vollständige Fragebogen ist im Anhang beigelegt.

Im Teil C werden die Ergebnisse der Expertenbefragung dargestellt und vor dem Hintergrund der jeweiligen spezifischen Problemstellung analysiert. Diese Aus-

fürungen sind nach den Faktoren Bauweise (Massiv- versus Leicht-/Fertigbau), Unterkellerung sowie Heizungs- und Energiesysteme gegliedert.

Im Teil D wird zusätzlich untersucht, inwieweit die für die einzelnen Bundesländer festgestellten Präferenz- bzw. Vermarktungsunterschiede gemeinsame ökonomische Ursachen in den jeweils differierenden Preis-Einkommensstrukturen („Affordability“-Indikatoren) haben, welche in Deutschland für die regionalen Immobilienpreisunterschiede von großer Bedeutung sind. In Teil E werden die Ergebnisse kurz zusammengefasst.

B. Durchführung einer Expertenbefragung

Im Frühjahr 2009 wurde in Anlehnung an eine Expertenbefragung aus dem Jahr 2000 durch die DIA Consulting AG eine erneute Umfrage durchgeführt. Befragt wurden Absolventen der Deutschen Immobilien-Akademie an der Universität Freiburg GmbH (DIA) sowie Mitglieder des Immobilienverbands Deutschland (IVD). Die Befragung der Immobilienfachleute richtete sich ausschließlich auf Ein- und Zweifamilienhäuser, wozu auch Reihenhäuser und Doppelhaushälften gerechnet werden.

Hauptsächlich erfolgte die schriftliche Befragung auf elektronischem Wege. So wurden die Zielgruppen per E-Mail eingeladen, auf der Homepage der DIA Consulting AG eine PDF-Datei herunterzuladen, per Mausklick auszufüllen und abzusenden. Teilweise wurden auch bei Seminaren gedruckte Fragebogen ausgeteilt, auf welchen die Antworten handschriftlich eingetragen werden konnten.¹ Der Erhebungszeitraum verlief von März bis Ende April 2009. Insgesamt antworteten 348 Teilnehmer. Zielgruppen waren Immobilienmakler/-vermittler sowie Sachverständige für die Bewertung von Immobilien. Die Antworten verteilen sich hinsichtlich der Tätigkeit wie folgt:

¹ Der Fragebogen befindet sich im Anhang, S. 43 - 48.

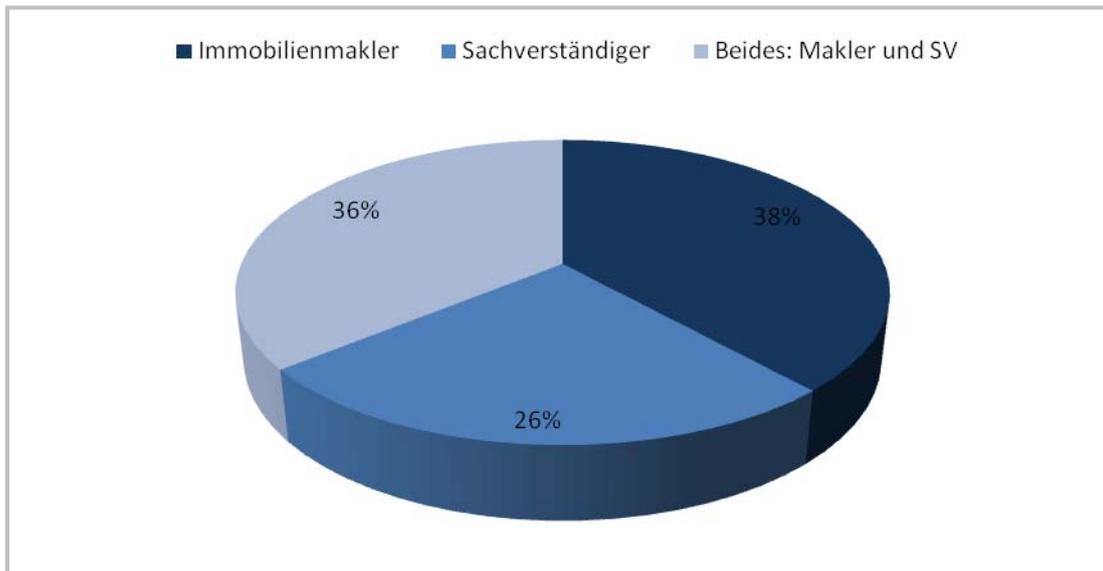


Abbildung 1: Umfrageteilnehmer nach Tätigkeit

Antwort	Häufigkeit absolut	relativ
Immobilienmakler	128	36,8 %
Sachverständige	86	24,7 %
Immobilienmakler und Sachverständige	120	34,5 %
Fehlende Antwort	14	4,0 %
Gesamt	348	100,0 %

Zur Ermittlung der geographischen Lage wurde im Fragebogen das Bundesland abgefragt, in dem die Umfrageteilnehmer vorwiegend tätig sind. Hieraus ergibt sich folgendes Bild:

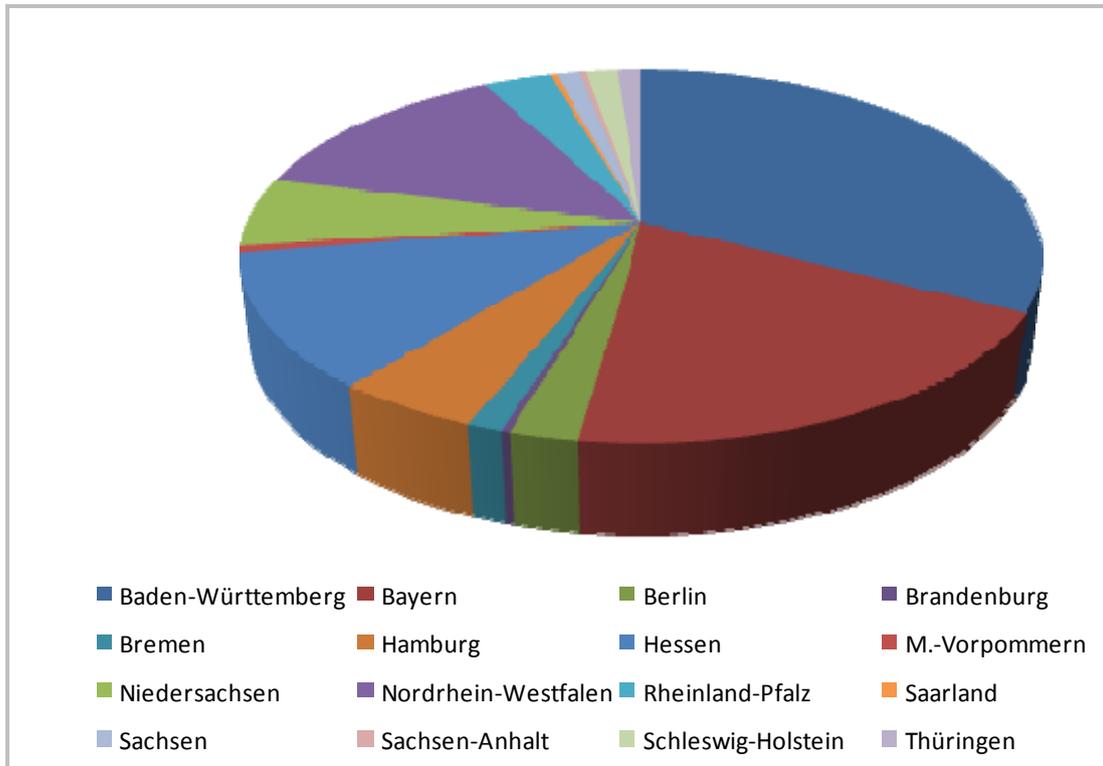


Abbildung 2: Umfrageteilnehmer nach Bundesländer

Fasst man die Bundesländer anlog der Expertenbefragung aus dem Jahr 2000 in vier Regionen zusammen, resultiert die folgende Verteilung (8 Teilnehmer beantworteten diese Frage nicht):

Nord		West		Süd		Ost	
Bremen	4	Hessen	39	Baden-Württemberg	111	Berlin	8
Hamburg	17	Nordrhein-Westfalen	46	Bayern	66	Brandenburg	1
Nieder-sachsen	20	Rheinland-Pfalz	11			M.-Vor-pommern	2
Schleswig-Holstein	5	Saarland	1			Sachsen	4
						Sachsen-Anhalt	1
						Thüringen	4
	46		97		177		20

Der Süden ist verhältnismäßig stark, der Osten relativ schwach vertreten. Die jeweiligen Ergebnisse werden nachfolgend differenziert betrachtet.

Weiterhin wurden die Teilnehmer zu folgenden Angaben aufgefordert: Die Immobilienmakler sollten angeben, wie viele Objekte sie im Jahr 2008 ungefähr vermittelt hatten und zu welchem Prozentsatz sich diese in ländlichen Gebieten oder in Städten/Ballungsräumen befanden. Analog sollten die Sachverständigen die Anzahl ihrer bewerteten Ein- und Zweifamilienhäuser mit der Verteilung in Land/Stadt benennen.

	Nord	West	Süd	Ost	Gesamt
Vermittlungsabsatz Makler					
Antworten	30	60	108	9	208
Median	20	20	12	5	15
Mittelwert	66	42	47	12	47
Standardabweichung	224	74	268	12	214
Summe	1988	2530	5048	107	9678
Land*	46,8 %	42,5 %	52,7 %	41,7 %	48,5 %
Stadt*	53,2 %	57,5 %	47,3 %	58,3 %	51,5 %
Bewertungsvolumen Sachverständige					
Antworten	27	51	93	10	183
Median	30	30	20	16	25
Mittelwert	87	69	42	22	55
Standardabweichung	227	102	89	24	121
Summe	2359	3539	3910	223	10.049
Land*	44,2 %	47,8 %	50,9 %	49,4 %	48,6 %
Stadt*	55,8 %	52,2 %	49,1 %	50,6 %	51,4 %

* gewichtet nach Umfrageteilnehmern

Median und Mittelwert zeigen jeweils große Differenzen. Dies resultiert aus einer rechtsschiefen Verteilung aufgrund von starken Ausreißern im Bereich oberer Werte, d. h., es haben sich einige wenige Makler und Sachverständigenbüros mit hohen Vermittlungs- bzw. Bewertungsvolumina beteiligt.

C. Befragungsergebnisse

I. Bauweise

1. Problemstellung

Ein- und Zweifamilienhäuser können prinzipiell auf zwei Arten hergestellt werden: Einerseits in Massivbauweise, bei der das Haus i. d. R. auf der Baustelle von Grund auf mit einem Mauerwerk erstellt wird. Im Gegensatz dazu steht die Leicht-/Fertigbauweise, bei welcher die Gebäudeteile industriell vorgefertigt, an die Baustelle geliefert und dort zusammen montiert werden. Beide Bauweisen haben aus verschiedenen Blickwinkeln zahlreiche Vor- und Nachteile, z. B. hinsichtlich der Gebäudetechnik, der Art der Vermarktung oder der Dauer der Herstellung. Die Bauweisen konkurrieren direkt um die Gunst der Nachfrager, d. h. der Bauherr eines selbstgenutzten Ein- oder Zweifamilienhauses muss sich für eine bestimmte Bauweise entscheiden.

Ein wichtiger Aspekt bei dieser Entscheidung, neben den technischen Eigenschaften, den Kosten und der Lebensdauer eines Hauses, können die Kriterien im Falle eines Wiederverkaufs sein. In Zeiten erhöhter Mobilität, wandelnden Lebensweisen und alternativen Formen des Wohnens im Alter, z. B. wenn sich der Platzbedarf durch den Auszug der Kinder verringert, spielt dieser Gesichtspunkt eine zunehmend bedeutendere Rolle. Nicht nur Bauherren, sondern auch Käufer von gebrauchten Eigenheimen stellen Überlegungen des eigenen Verhaltens in der – auch langfristigen – Zukunft an. Die Expertenbefragung kann hierfür entsprechende Entscheidungsgrundlagen liefern.

Die Immobilienexperten äußern sich im Fragebogen, differenziert nach der Bauweise, zu folgenden Aspekten:²

- 1) Vermarktung,
- 2) Vermarktungsdauer,
- 3) Wertentwicklung,
- 4) Preisdifferenz,
- 5) Lebensdauer,
- 6) Eigenschaften,
- 7) Prognose.

² Siehe Fragebogen S. 1 und 2 im Anhang, S. 43 f.

In den folgenden Ausführungen werden die Ergebnisse zu den Fragen 1), 2) und 7) unter Punkt „a) Vermarktung“ zusammengefasst, die Antworten zu den Fragen 3) und 4) finden sich dem Abschnitt „b) Wertentwicklung“. Unterkapitel „c) Eigenschaften“ beinhaltet die Ergebnisse zu den Fragen 5) und 6).

2. Befragungsergebnisse

a) Vermarktung

Hinsichtlich der Umstände zur Vermarktung von Eigenheimen sollten die Experten auf zwei Fragestellungen antworten: Erstens wurde nach den generellen Vermarktungschancen gefragt und zweitens nach der Vermarktungsdauer.

Undifferenziert, d. h. für alle Bundesländer zusammen, resultiert das folgende Ergebnis bezüglich der ersten Fragestellung:



Abbildung 3: Vermarktungschancen Bauweise

Antwort	Häufigkeit absolut	D gesamt relativ	Nord	West	Süd	Ost
einfacher	315	91,0 %	89,1 %	91,7 %	92,0 %	90,0 %
gleich	23	6,7 %	6,5 %	8,3 %	5,7 %	5,0 %
schwieriger	8	2,3 %	4,3 %	-	2,3 %	5,0 %
Gesamt	346	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Verglichen mit der Studie aus dem Jahr 2000 ergeben sich kaum Unterschiede. 91 % der Umfrageteilnehmer finden nach wie vor, dass sich Ein- und Zweifamilienhäuser in Massivbauweise generell leichter zu vermarkten lassen als Eigenheime in Leicht-/Fertigbauweise. Beim Vergleich der vier Regionen finden sich analog 2000 keine Besonderheiten. Ebenfalls fällt tendenziell kein Bundesland aus der Reihe, auch wenn hier die Ergebnisse aufgrund der Stichprobengröße stärker streuen. Zur Frage der Vermarktungsdauer antworteten die Experten wie folgt:

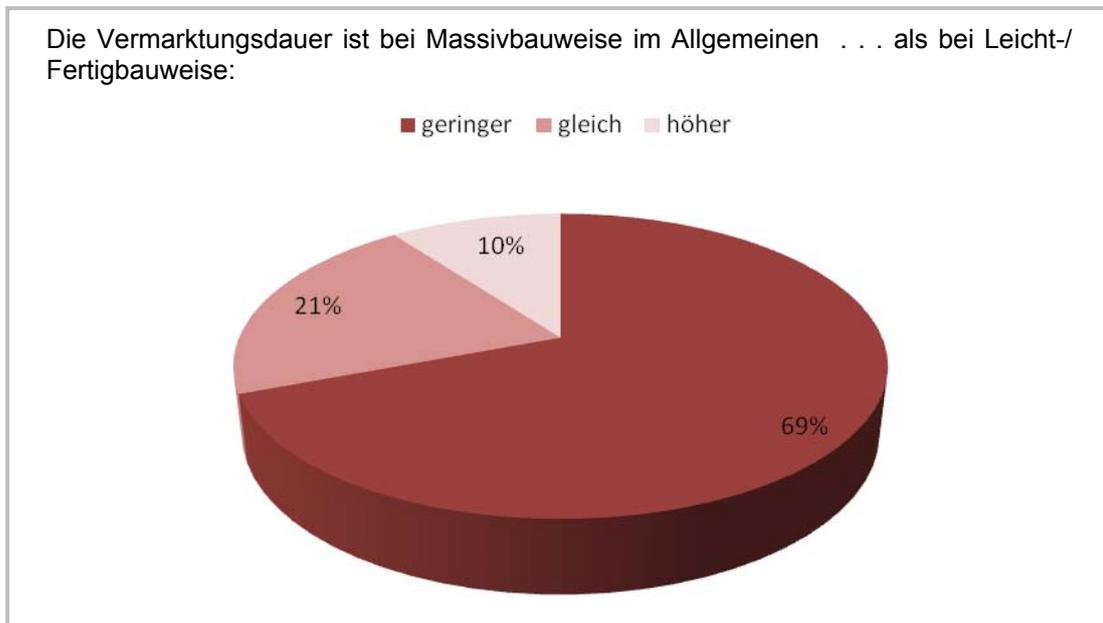


Abbildung 4: Vermarktungsdauer Bauweise

Antwort	Häufigkeit absolut	D gesamt relativ	Nord	West	Süd	Ost
geringer	238	69,2 %	73,3 %	73,2 %	66,7 %	60,0 %
gleich	71	20,6 %	22,2 %	17,5 %	21,8 %	25,0 %
höher	35	10,2 %	4,4 %	9,3 %	11,5 %	15,0 %
Gesamt	344	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Im Vergleich zur Studie 2000 haben sich die Antworten leicht verändert. Neun Jahre zuvor fanden 77 % der Befragten, dass die Vermarktungsdauer für Massivbauhäuser kürzer ist, 4 % fanden sie länger und 19 % gleich. Analog zu damals ist festzustellen, dass in Ostdeutschland tendenziell die Vermarktungsdauer bei Massivbauweise gleich oder höher ist wie in den anderen Regionen, allerdings haben sich die Aussagen angeglichen, so dass die Antworten zwischen den Regionen nicht mehr signifikant verschieden sind.

Im Vergleich zur Umfrage 2000 zeigen sich somit bei den Antworten zu Vermarktungschancen und Vermarktungsdauer nur geringe Veränderungen. Da Eigenheime in Massivbauweise damals verhältnismäßig besser abgeschnitten hatten, wurden die Experten 2009 um ihre Einschätzung der zukünftigen Entwicklung (Prognose) gebeten. Demnach glauben 61 % der Umfrageteilnehmer, dass auch in Zukunft Massivbauhäuser sicher bzw. sehr wahrscheinlich bessere Vermarktungschancen als Eigenheime in Leicht-/Fertigbauweise haben werden. Weitere 28 % halten dies immerhin für möglich („trifft vielleicht zu“). Nicht beurteilen können es 6 %, und 5 % denken, die entsprechende Aussage treffe nicht zu.



Abbildung 5: Prognose Vermarktungschancen Bauweise

Antwort	Häufigkeit absolut	D gesamt relativ	Nord	West	Süd	Ost
trifft sicher / sehr wahrscheinlich zu	211	61,3 %	67,4 %	61,9 %	60,0 %	55,0 %
trifft vielleicht zu	95	27,6 %	30,4 %	23,7 %	27,4 %	45,0 %
kann ich nicht beurteilen	20	5,8 %	-	7,2 %	7,4 %	-
trifft wahrscheinlich weniger zu	18	5,2 %	2,2 %	7,2 %	5,1 %	-
Gesamt	344	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Die Ergebnisse differieren zwischen den Regionen leicht, aber nicht signifikant. So ist sich der Osten etwas unsicherer darüber, ob die Aussage zutrifft, glaubt aber

dafür durchweg, dass Massivbauhäuser in Zukunft sicher bzw. sehr wahrscheinlich (55 %) oder vielleicht (45 %) bessere Vermarktungschancen als Häuser in Leicht-/Fertigbauweise haben. Zu beachten ist hier allerdings die im Osten geringe Stichprobengröße.

Legen die Nachfrager nach selbstgenutzten Ein- und Zweifamilienhäusern großen Wert auf zukünftige Vermarktungschancen, ist eine Zunahme des Marktanteils von Fertighäusern nicht zu erwarten.

b) Wertentwicklung

Zur Frage der Wertentwicklung antworteten 80 % der Befragten, dass sie die Wertentwicklung von Massivbauhäusern im Gegensatz zur Leicht-/Fertigbauweise als höher einstufen, 14 % finden sie gleich und 6 % gehen von einer niedrigeren Wertentwicklung, bezogen auf die ursprünglichen Anschaffungs- bzw. Investitionskosten aus. Die Ergebnisse auf diese Frage entsprechen fast exakt dem Resultat aus dem Jahr 2000.



Abbildung 6: Wertentwicklung Bauweise

Antwort	Häufigkeit absolut	D gesamt relativ	Nord	West	Süd	Ost
höher	278	80,3 %	76,1 %	86,6 %	80,0 %	75,0 %
gleich	49	14,2 %	15,2 %	9,3 %	15,4 %	15,0 %
geringer	19	5,5 %	8,7 %	4,1 %	4,6 %	10,0 %
Gesamt	346	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Geht man davon aus, dass sich die Werte im Laufe der Nutzung aufgrund der Bauweise unterschiedlich entwickeln, sollten die Marktwerte der gebrauchten Objekte auch differieren. Insofern wurden die Fachleute gefragt, welche Preisunterschiede sich beim Wiederverkauf ergeben. Die Antworten waren nach ländlichen Gebieten und nach Städten/Ballungsräumen getrennt anzugeben.

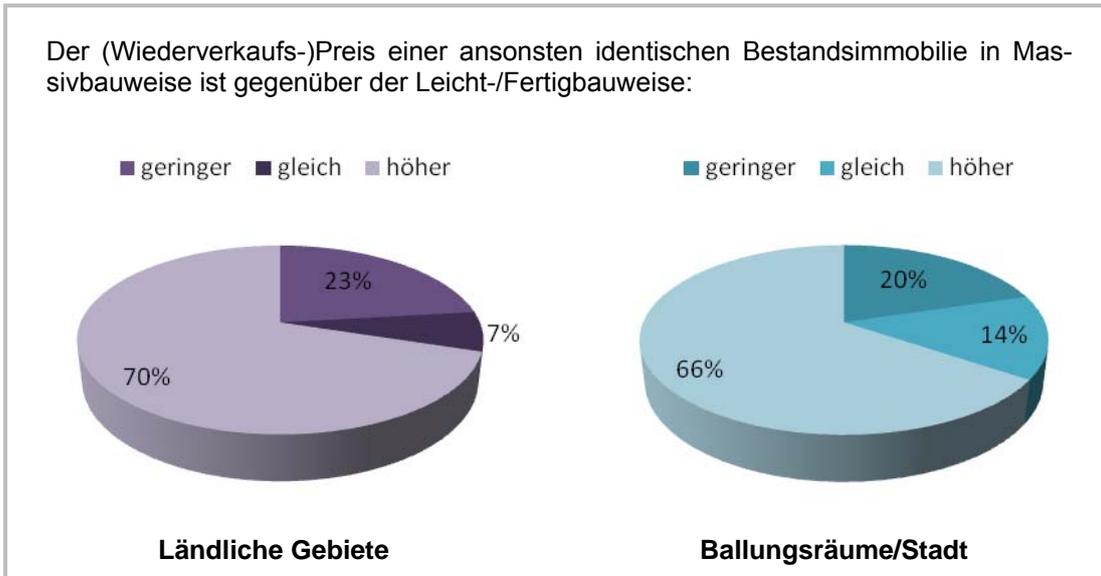


Abbildung 7: Wiederverkaufspreise Bauweise

Antwort	absolut	relativ	absolut	relativ
geringer	72	23,2 %	61	20,3 %
gleich	21	6,8 %	43	14,3 %
höher	218	70,1 %	197	65,4 %
Gesamt	311	100,0 %	301	100,0 %

Die Frage nach dem Wiederverkaufspreis bestätigt die oben genannte These. Zusätzlich sollten die Experten auch die prozentualen Preisunterschiede schätzen. Die beiden folgenden Grafiken zeigen die entsprechenden Histogramme:

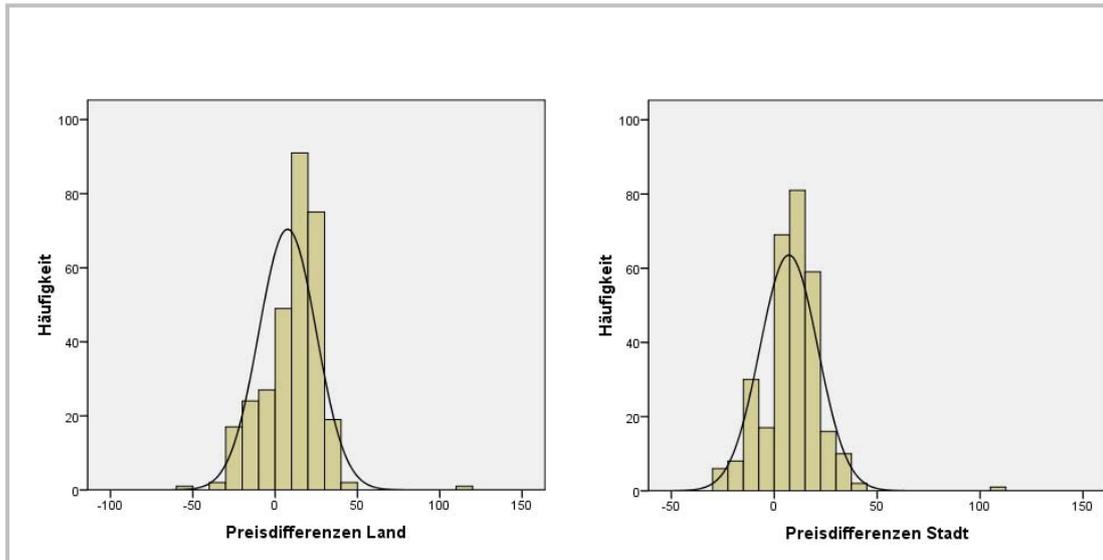


Abbildung 8: Preisdifferenzen Bauweise

Es resultieren, wie auch im Jahr 2000, jeweils linksschiefe Verteilungen, was sich im Vergleich zur eingezeichneten Normalverteilungskurve leicht ablesen lässt. Gemessen an einem Verkaufspreis von 200.000 € für ein gebrauchtes Einfamilienhaus würde der durchschnittliche Preisaufschlag für ein Massivbauhaus auf dem Land bei 15.200 € bzw. bei Verwendung des Medians bei 20.000 € liegen.

Zwischen den Regionen existieren keine statistisch signifikanten Unterschiede (gemessen mit Hilfe einer Varianzanalyse).³ Die nachfolgende Tabelle listet die Werte zum Vergleich auf.

Land	D gesamt	Nord	West	Süd	Ost
Median	10,0 %	10,0 %	15,0 %	10,0 %	10,0 %
Modus	20,0 %	20,0 %	20,0 %	10,0 %	10,0 %
Mittelwert	7,6 %	6,3 %	8,1 %	7,4 %	9,3 %
Standardabweichung	17,4 %	18,0 %	18,6 %	17,2 5	13,3 %
Minimum	- 60	- 30	- 60	- 40	- 20
Maximum	+ 115	+ 30	+ 40	+ 115	+ 25

Stadt	D gesamt	Nord	West	Süd	Ost
Median	10,0 %	10,0 %	10,0 %	10,0 %	13,5 %
Modus	10,0 %	20,0 %	10,0 %	10,0 %	10,0 %

³ Bei einer Varianzanalyse wird gemessen, ob sich Gruppen (nominal skalierte Variable, hier: Region) hinsichtlich einer metrisch skalierten Variable (hier: Preisdifferenz) signifikant unterscheiden.

Stadt	D gesamt	Nord	West	Süd	Ost
Mittelwert	7,1 %	7,3 %	7,7 %	6,1 %	10,9 %
Standard-abweichung	14,1 %	13,5 %	14,4 %	14,0 %	13,6 %
Minimum	- 30	- 20	- 30	- 30	- 20
Maximum	+ 105	+ 30	+ 40	+ 105	+ 35

Gegenüber 2000 sind die Durchschnittswerte leicht zurückgegangen. Der Mittelwert lag bei 8,9 % für Land und 8,1 % für Stadt. Dies spricht dafür, dass sich Marktwerte etwas angeglichen haben. Andererseits ist nicht mehr, wie noch in 2000, feststellbar, dass im Norden die Preisaufschläge für Massivhäuser signifikant höher und im Osten geringer sind.

c) Eigenschaften

In Anlehnung an die Studie aus dem Jahr 2000 sollten die Eigenschaften von Massivhäusern beurteilt werden, welche die Nachfrager nach Eigenheimen gegenüber Experten häufig anführen. Außerdem wurden die Experten nach möglichen Unterschieden bei der geschätzten Gesamtnutzungsdauer befragt. Die Teilnehmer antworteten hinsichtlich der Lebensdauer einer Immobilie wie folgt:



Abbildung 9: Gesamtnutzungsdauer Bauweise

Antwort	Häufigkeit absolut	D gesamt relativ	Nord	West	Süd	Ost
höher	281	82,4 %	91,1 %	84,0 %	78,3 %	85,0 %
ungefähr gleich	57	16,7 %	8,9 %	13,8 %	21,1 %	15,0 %
geringer	3	0,9 %	-	2,1 %	0,6 %	-
Gesamt	341	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Die Fachleute der südlichen Bundesländer Baden-Württemberg und Bayern glauben verhältnismäßig öfter als jene aus anderen Bundesländern, dass sich die Gesamtnutzungsdauer eines Ein-/Zweifamilienhauses (allein) durch die Bauweise nicht unterscheidet. Bestätigt wird diese Aussage durch die Angabe des möglichen Unterschieds in der Lebensdauer. Die nächste Tabelle fasst die Antworten hinsichtlich der Höhe in der Lebensdauer gesamthaft zusammen, wobei für die Aussage „ungefähr gleich“ die Zahl „0“ eingesetzt wurde. Der Mittelwert in der Region „Süd“ ist niedriger als in den anderen Regionen, der Median als Lagemaß hingegen zeigt keinen Unterschied. Auch der Modus, der häufigste Wert, ist in allen Regionen identisch, d. h., „ca. 20 Jahre höher“ ist die am häufigsten genannte Zahl.

(Jahre)	D gesamt	Nord	West	Süd	Ost
Median	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0
Modus	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0
Mittelwert	18,2	22,4	19,2	16,1	19,8
Standardabweichung	11,9	11,3	12,9	11,0	13,4
Minimum	- 15	0	- 15	- 10	0
Maximum	+ 60	+ 50	+ 50	+ 50	+ 60

Wie in der Studie aus dem Jahr 2000 wurden die Experten nach den Eigenschaften gefragt, die von Nachfragern nach Massivbauhäusern angeführt werden.

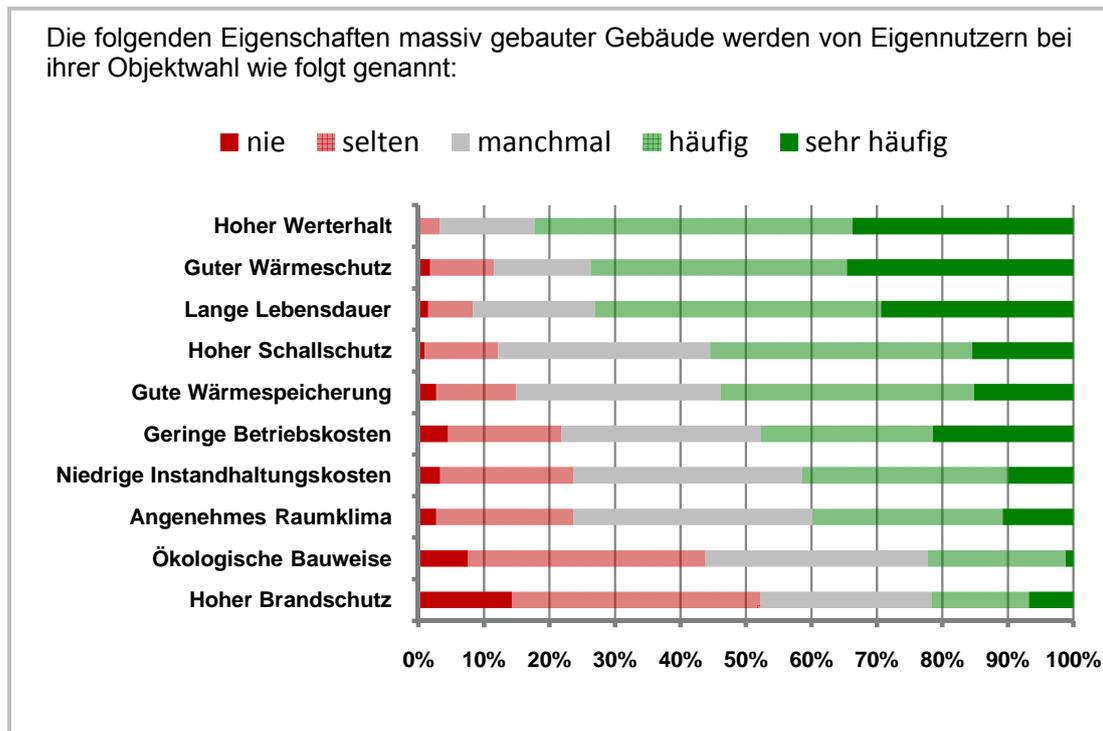


Abbildung 10: Eigenschaften Bauweise

Die Eigenschaften wurden mit Hilfe des arithmetischen Mittels der Antworten absteigend sortiert, wobei der ordinalen Skala metrische Gleichmäßigkeit unterstellt wurde. Die durchschnittlichen Ränge anhand der separaten Angabe bestätigen weitgehend die Reihenfolge (Ränge 1 – 3 und 8 – 10 passen genau, Rang 4 – 7 liegen dicht zusammen). Nach diesen Antworten sind hoher Werterhalt, guter Wärmeschutz und lange Lebensdauer die wichtigsten Eigenschaften, weswegen Nachfrager sich für Eigenheime in Massivbauweise entscheiden.

Eigenschaft	sehr häufig	häufig	manchmal	selten	nie	Ø Rang
Hoher Werterhalt	114	164	49	11	0	3,37
Guter Wärmeschutz	117	132	50	33	6	3,60
Lange Lebensdauer	99	147	63	23	5	4,24
Hoher Schallschutz	52	135	109	38	3	5,55
Gute Wärmespeicherung	51	130	105	41	9	5,38
Geringe Betriebskosten	72	88	102	58	15	5,10
Niedrige Instandhaltungskosten	33	105	116	68	11	5,53
Angenehmes Raumklima	36	97	122	70	9	5,99
Ökologische Bauweise	4	70	113	121	25	7,42
Hoher Brandschutz	23	50	88	128	48	7,52

Der vorgenommene Kruskal-Wallis-Test⁴ zeigt hinsichtlich der Region eine signifikante Abweichung bei der Eigenschaft „Angenehmes Raumklima“. Nach Aussage der Experten finden die Nachfrager im Westen und im Norden diese Eigenschaft weniger wichtig als jene im Süden und im Osten. Grund hierfür könnte die Lufttemperatur sein. Bei allen weiteren Eigenschaften sind die Unterschiede zwischen den Regionen nicht gravierend.

In der Studie aus 2000 wurde der „hohe Werterhalt“ am häufigsten, die „lange Lebensdauer“ an zweiter Stelle und der „gute Wärmeschutz“ auf Rang drei genannt. Auch damals schnitten der „hohe Brandschutz“ und die „ökologische Bauweise“ relativ am schlechtesten ab.

⁴ Mit Hilfe eines Kruskal-Wallis-Tests wird geprüft, ob sich unabhängige Gruppen (nominal skalierte Variable, hier: Region) hinsichtlich einer ordinal skalierten Variable (hier: Eigenschaft) signifikant unterscheiden.

II. Unterkellerung

1. Problemstellung

Beim Bau eines neuen Hauses stellt sich i. d. R. die Frage, ob das Gebäude auf einer Bodenplatte errichtet oder ob ein Keller ausgehoben werden soll. Vorteil eines Kellers ist hauptsächlich die zusätzliche Nutzfläche, die nicht in die baurechtlich zu genehmigende Geschossfläche eingerechnet werden muss. Somit kann bei identischer Grundstücksgröße für ein ansonsten gleichartiges Gebäude eine höhere Nutzfläche realisiert werden. Diese zusätzliche Fläche dient normalerweise zwar nicht als Wohnfläche, kann aber als Stauraum, Lagerfläche, Heizungsraum, Hobby- und Partyraum, Privatwerkstatt etc., u. U auch als Garage genutzt werden, d. h. für Gegenstände, die ansonsten die Wohnfläche, den Garten, eventuell einen Dachstuhl belasten oder separate Nebengebäude erfordern. Gegen eine Unterkellerung sprechen hauptsächlich die höheren Investitions- und Instandhaltungskosten sowie einige regionale Besonderheiten, z. B. können in Gebieten mit Hochwassergefahr Keller voll laufen, was zu weiteren Kosten oder zu erhöhten Versicherungsbeiträgen führen kann.

In Gegenden mit hohen Bodenwerten sind die Investitionskosten ceteris paribus für einen Keller im Vergleich zu den gesamten Grundstückskosten (Bodenwert plus Gebäudewert) relativ niedriger als in Gegenden mit niedrigeren Bodenwerten. Insofern liegt die Vermutung nahe, dass in Regionen mit höheren Bodenwerten die Häuser eher auf einen Keller als auf eine Bodenplatte gebaut werden.

Die Expertenbefragung zielt auch hier auf die Einschätzung der Marktwerte ab. Wie lassen sich Gebrauchtimmobilien mit und ohne Unterkellerung vermarkten und welche Preisabschläge sind gegebenenfalls hinzunehmen? Die Fachleute äußern sich im Fragebogen zu folgenden Aspekten:⁵

- 1) Vermarktung,
- 2) Vermarktungsdauer,
- 3) Wertentwicklung,
- 4) Preisdifferenz,
- 5) Prognose.

In den folgenden Ausführungen werden die Ergebnisse zu den Fragen 1), 2) und 5) unter Punkt „a) Vermarktung“ zusammengefasst, die Antworten zu den Fragen 3) und 4) finden sich dem Abschnitt „b) Wertentwicklung“.

⁵ Siehe Fragebogen S. 2 und 3 im Anhang, S. 44 f.

2. Befragungsergebnisse

a) Vermarktung

Die Experten beantworteten die erste Frage hinsichtlich Unterkellerung wie folgt:



Abbildung 11: Vermarktungschancen Unterkellerung

Antwort	Häufigkeit absolut	D gesamt relativ	Nord	West	Süd	Ost
einfacher	314	90,8 %	78,3 %	91,8 %	94,9 %	75,0 %
gleich	26	7,5 %	21,7 %	8,2 %	2,3 %	20,0 %
schwieriger	6	1,7 %	0	-	2,8 %	5,0 %
Gesamt	346	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Insgesamt beurteilen 91 % der Immobilienfachleute, dass der Verkauf von Gebrauchtimmobilen mit einem Keller einfacher ist. Die Existenz eines Kellers scheint generell ein starkes Verkaufsargument zu sein.

Anhand eines Kruskal-Wallis-Tests zeigen sich signifikante Unterschiede zwischen den Regionen. Während im Westen und Süden die Vermarktung eines Eigenheimes mit Unterkellerung zu über 90 % einfacher ist als ohne Unterkellerung, trifft diese Aussage im Osten und Norden nur zu 75 – 78 % zu. Immerhin 5 % finden im Osten die Vermarktung mit Keller sogar schwieriger, wobei hier wiederum die geringe Stichprobengröße Verzerrungen hervorrufen könnte.

Somit scheint für die Regionen West und Süd ein Haus ohne Keller für die Vermarktung ein echtes Problem darzustellen. Mündliche Äußerungen von Experten bestätigen zusätzlich diese These.

Im Vergleich zur Studie 2000 zeigt sich für Gesamtdeutschland eine leichte Verbesserung für die Vermarktung von Ein-/ und Zweifamilienhäuser ohne Unterkellerung. Damals gaben 95 % an, dass die Vermarktung von Häusern mit Keller einfacher ist. Für die Region Ost war auch im Jahr 2000 ein gegenüber dem Bundesdurchschnitt anderes Ergebnis zu konstatieren (80 % „einfacher“, „20 % gleich“).

Analog zu der Fragestellung für die Bauweise wurde auch hier nach der Vermarktungsdauer gefragt. Für die gesamte Bundesrepublik resultiert folgendes Ergebnis:

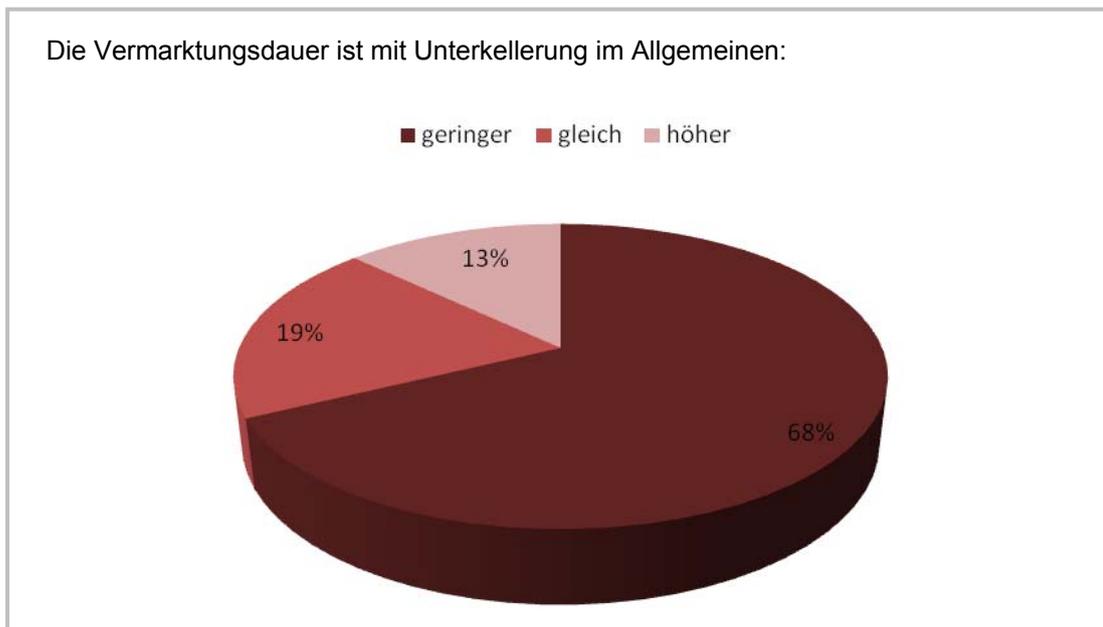


Abbildung 12: Vermarktungsdauer Unterkellerung

Antwort	Häufigkeit absolut	D gesamt relativ	Nord	West	Süd	Ost
geringer	231	67,7 %	51,1 %	77,1 %	69,5 %	45,0 %
Gleich	66	19,4 %	40,0 %	17,7 %	11,5 %	50,0 %
höher	44	12,9 %	8,9 %	5,2 %	19,0 %	5,0 %
Gesamt	341	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Die Vermarktungsdauer ist bei Häusern mit Keller wesentlich geringer (67,7 % für Deutschland gesamt) als ohne Keller. Auch hier finden sich, überprüft mit einem Kruskal-Wallis-Test, zwischen den Regionen starke Unterschiede. Während im Westen und Süden die Vermarktungsdauer eines Hauses mit Keller im Vergleich

zum Nichtvorhandensein der Unterkellerung zu mehr als zwei Dritteln kürzer ist, kann dies im Norden und Osten nur zu ungefähr der Hälfte konstatiert werden.

Diese regionalen Differenzen waren auch im Jahr 2000 festzustellen. Für die gesamte Bundesrepublik meinten damals 83 % der Experten, dass eine Unterkellerung zu kürzeren Vermarktungszeiten führe – noch 15 % mehr als im Jahr 2009.

Zum Thema Vermarktungschancen mit/ohne Unterkellerung wurden die Fachleute ebenfalls um eine Prognose gebeten:



Abbildung 13: Prognose Vermarktungschancen Unterkellerung

Antwort	Häufigkeit absolut	D gesamt relativ	Nord	West	Süd	Ost
trifft sicher / sehr wahrscheinlich zu	229	66,6 %	45,7 %	74,0 %	69,3 %	55,0 %
trifft vielleicht zu	88	25,6 %	32,6 %	17,4 %	26,7 %	35,0 %
kann ich nicht beurteilen	9	2,6 %	6,5 %	3,1 %	1,7 %	-
trifft wahrscheinlich weniger zu	17	4,9 %	15,2 %	4,2 %	2,3 %	10,0 %
trifft nicht zu	1	0,3 %	-	1,0 %	-	-
Gesamt	344	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Über 66 % der Experten meinen, dass auch zukünftig Häuser mit Keller einfacher zu vermarkten sein werden, weitere 26 % halten dies zumindest für möglich (insgesamt

92 %). Dieses Ergebnis widerspricht den Differenzen zwischen den beiden Umfragen, 2000 und 2009, bei den Antworten auf die Fragen „Vermarktungschancen“ und „Vermarktungsdauer“, wonach die Unterkellerung in der Präferenz der Nachfrager von 2000 auf 2009 leicht zurück ging. Nach der Vorstellung der Fachleute scheint sich kein diesbezüglicher Trend einzustellen.

Wie aufgrund der vorherigen Ergebnisse zu erwarten, offenbaren sich auch bei dieser Einschätzung signifikante Abweichungen zwischen den Antworten aus den Regionen.

b) Wertentwicklung

Die Umfrageteilnehmer antworteten bezüglich der Wertentwicklung von Immobilien mit und ohne Keller wie folgt:



Abbildung 14: Wertentwicklung Unterkellerung

Antwort	Häufigkeit absolut	D gesamt relativ	Nord	West	Süd	Ost
höher	218	63,6 %	52,2 %	67,4 %	65,9 %	50,0 %
gleich	107	31,2 %	41,3 %	25,3 %	30,1 %	45,0 %
geringer	18	5,2 %	6,5 %	7,4 %	4,0 %	5,0 %
Gesamt	343	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Knapp 64 % der Fachleute beurteilen die jährliche Wertentwicklung eines unterkellerten Eigenheimes positiver, 31 % sehen durch die Unterkellerung hierin keinen Unterschied, 5 % glauben, ein Keller wirkt sich negativ auf die Wertentwicklung eines Hauses aus. Zwischen den Regionen lassen sich zwar unterschiedliche Resultate feststellen, Nord/Ost versus West/Süd, allerdings können mit dem Kruskal-Wallis-Test keine signifikanten Gruppenunterschiede gemessen werden.

Die zweite Frage betrifft den direkten Preisunterschied zwischen den beiden Haus-Varianten. Die Befragten sollten, getrennt nach ländlichen Gebieten und Städten/Ballungsräumen, einschätzen, ob ein Haus mit Keller einen höheren oder niedrigeren Verkaufspreis erzielt als ein gedanklich identisches Haus ohne Keller, und zudem den prozentualen Unterschied beziffern.

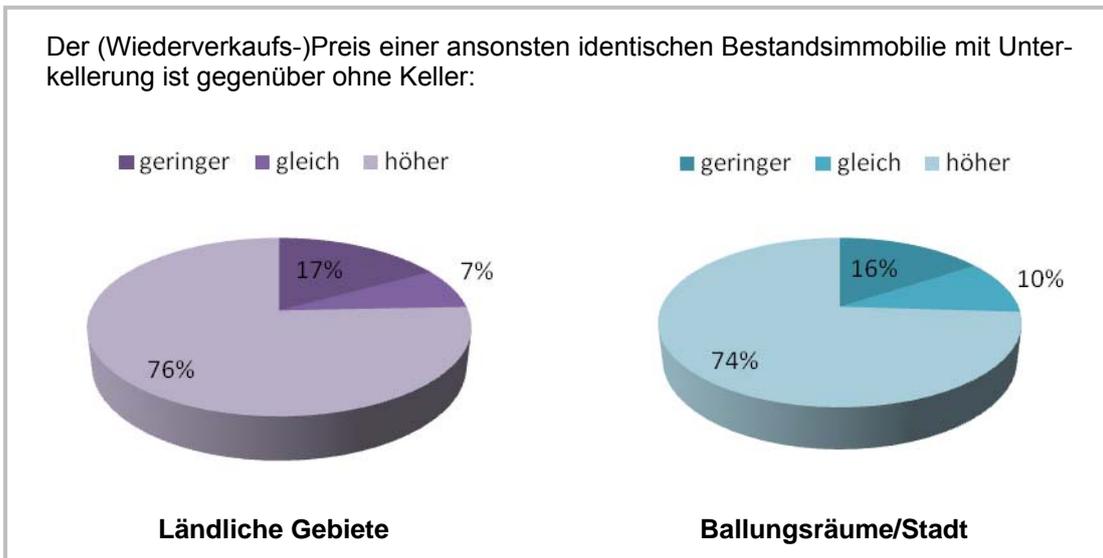


Abbildung 15: Wiederverkaufspreise Unterkellerung

Antwort	absolut	relativ	absolut	relativ
geringer	52	16,9 %	47	15,7 %
gleich	23	7,5 %	31	10,3 %
höher	233	75,6 %	222	74,0 %
Gesamt	308	100,0 %	300	100,0 %

Circa drei Viertel der Fachleute sind der Meinung, mit einem Keller erziele sich ein höherer Verkaufspreis einer Bestandsimmobilie, nur ein Viertel geht von gleichen oder niedrigeren Preisen aus. Die Unterschiede zwischen Stadt und Land sind nicht sonderlich bedeutsam.

Die entsprechenden Prozentsätze werden nachfolgend in einem Histogramm graphisch und anschließend tabellarisch unter Berücksichtigung der Regionen dargestellt:

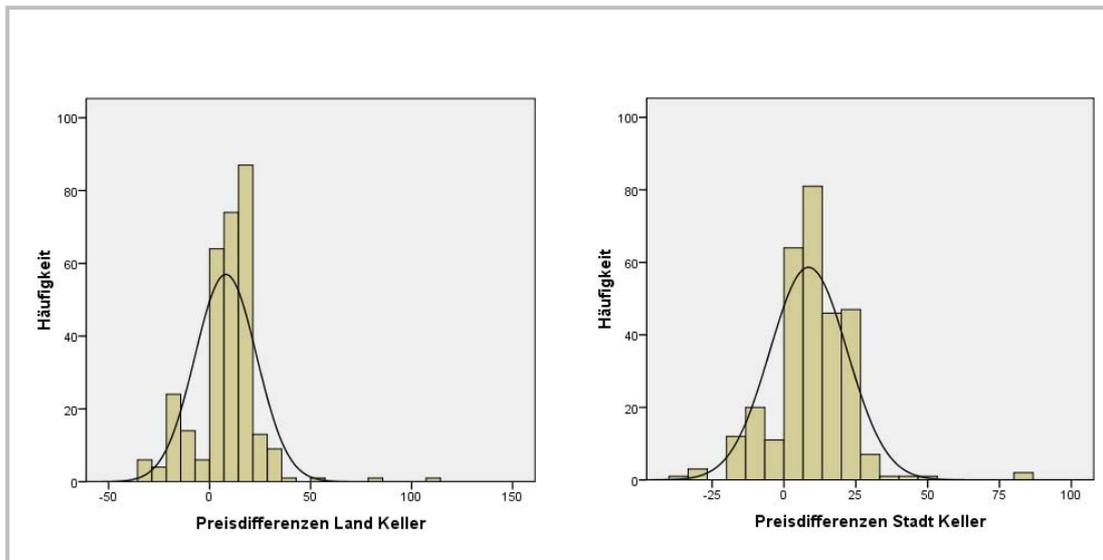


Abbildung 16: Preisdifferenzen Unterkellerung

Land	D gesamt	Nord	West	Süd	Ost
Median	10,0 %	10,0 %	10,0 %	10,0 %	10,0 %
Modus	10,0 %	10,0 %	10,0 %	15,0 %	10,0 %
Mittelwert	8,0 %	8,0 %	7,8 %	7,6 %	15,2 %
Standard-abweichung	15,3 %	10,3 5	13,5 %	17,3 %	12,4 %
Minimum	- 30	- 15	- 30	- 30	- 5
Maximum	+ 110	+ 30	+ 40	+ 110	+ 50

Stadt	D gesamt	Nord	West	Süd	Ost
Median	10,0 %	10,0 %	10,0 %	10,0 %	10,0 %
Modus	10,0 %	10,0 %	10,0 %	10,0 %	10,0 %
Mittelwert	8,6 %	9,6 %	9,0 %	7,3 %	15,8 %
Standard-abweichung	13,5 %	9,7 %	12,4 %	14,0 %	20,3 %
Minimum	- 40	- 15	- 30	- 40	- 15
Maximum	+ 80	+ 30	+ 30	+ 80	+ 80

Im Durchschnitt muss ein Nachfrager auf dem Land ungefähr 8 % mehr bezahlen (Stadt 8,6 %), wenn das Haus einen Keller hat. Abweichungen zwischen den Regionen bestehen zwar, eine Varianzanalyse zeigt aber dennoch keine signifikanten Unterschiede. Der Median liegt konstant in allen Regionen bei 10 %.

Der Vergleich mit den Werten aus dem Jahr 2000 zeigt hinsichtlich der Höhe des Preisaufschlags keine gravierenden Entwicklungen. Ein leichter Rückgang ist feststellbar. Damals lag das arithmetische Mittel bei 9,5 % (Land) und 9 % (Stadt), somit haben sich die Verhältnisse zwischen Land und Stadt gedreht. In ostdeutschen Ballungsräumen war damals eine wesentlich geringere Preisdifferenz festzustellen (nur ca. 6 %), während aktuell die Region Ost die höchsten Preisaufläge verzeichnet. Mit Hilfe der Eliminierung von Ausreißern (Mittelwert +/- einfache Standardabweichung) sinkt zwar der Mittelwert für die Region Ost auf 11,6 % (Land) bzw. 13,2 % (Stadt), steht aber immer noch an höchster Stelle bezogen auf die vier Regionen. Dies könnte als Hinweis verstanden werden, dass die Preisaufläge für Keller im Osten zwischenzeitlich erheblich gestiegen sind.

III. Heizung und Energie

1. Problemstellung

Angesichts hoher und wahrscheinlich langfristig weiter steigender Heiz- und Energiekosten spielen die diesbezüglichen Ausstattungsmerkmale eine immer wichtigere Rolle bei der Bewertung von Wohnimmobilien. Dabei stehen die Käufer von Einfamilienhäusern einer doppelten Problemstellung gegenüber. Weil die Preise alternativer Energieträger zunehmend politischer Einflussnahme unterliegen, besteht zum einen Unsicherheit über die zukünftigen relativen Kostenbelastungen. Zum anderen führt der schnelle technische Fortschritt von unterschiedlichen innovativen Heiz- und Energiesystemen zu immer neuen Möglichkeiten effizienter Nutzung.

Vor diesem Hintergrund gewinnen innovative Energieträger und -umwandler sowie Systemflexibilität – auch in Form einer zweiten Feuerstelle – an Bedeutung. Die erwartete ökonomische Energieeffizienz wird zu einem zentralen Bestimmungsgrund der Nachfrage nach Wohnimmobilien. Inwieweit dabei ökologische Aspekte wichtig sind, ist von zusätzlichem Interesse.

Im Folgenden wurden daher die Experten zu den werterhöhenden Eigenschaften der Ausstattungsmerkmale

- primäre Heizungsart
- zweite Feuerstelle
- Energieeffizienz
- ökologische versus ökonomische Nachfragerpräferenzen

befragt.⁶

⁶ Siehe Fragebogen S. 3 und 4 im Anhang, S. 45 f.

2. Befragungsergebnisse

a) Primäre Heizungsart

Die Ausstattung mit Beheizungsalternativen bei Ein- und Zweifamilienhäusern hinsichtlich der Vermarktungschancen werden wie folgt beurteilt:

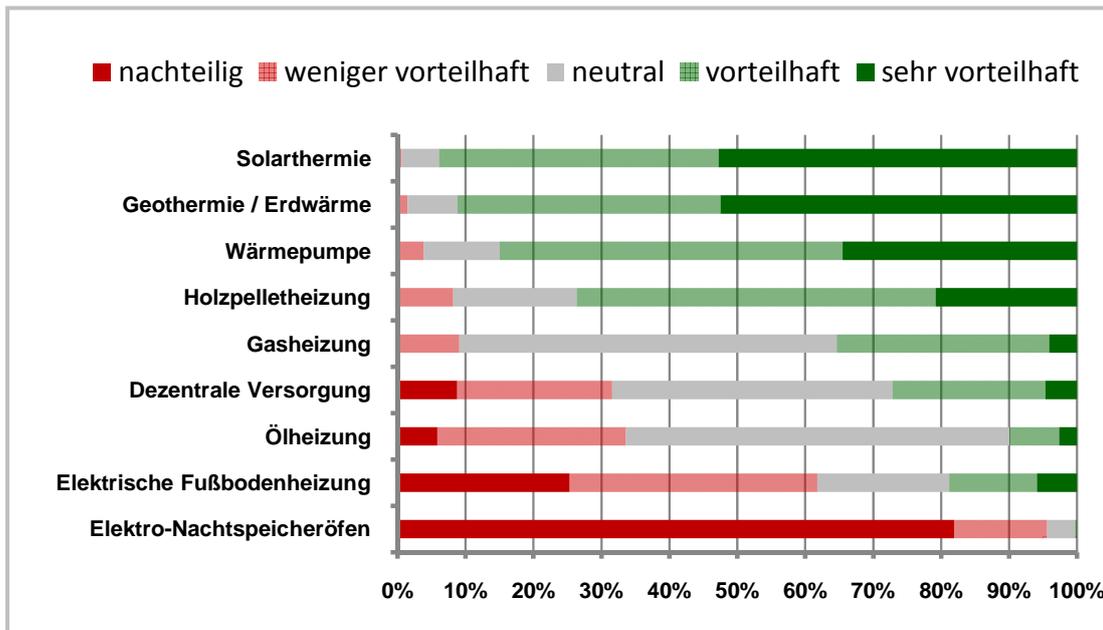


Abbildung 17: Beheizungsalternativen

Die Alternativen wurden absteigend mit Hilfe des Medians und des arithmetischen Mittels sortiert, wobei der ordinalen Skala metrische Gleichmäßigkeit unterstellt wurde.

	sehr vorteilhaft	vorteilhaft	neutral	weniger vorteilhaft	nachteilig
Solarthermie	181	141	19	1	1
Geothermie / Erdwärme	179	132	25	4	1
Wärmepumpe	117	171	38	12	1
Holzpellettheizung	71	180	62	27	1
Gasheizung	14	107	190	30	1
Dezentrale Versorgung	16	77	141	78	30
Ölheizung	9	25	193	95	20
Elektrische Fußbodenheizung	20	44	66	124	86
Elektro-Nachtspeicheröfen	-	1	14	47	281

Als wichtigstes Ergebnis der Befragung zur primären Heizungsart zeigt sich die Präferenz für relativ innovative Systeme, wie Solarthermie, Geothermie/Erdwärme und Wärmepumpe. Überraschend positiv werden auch Holzpelletheizungen beurteilt. Demgegenüber schneiden herkömmliche Lösungen, wie z. B. Öl- und Elektroheizungen, eher neutral bis nachteilig ab. Offensichtlich wirken sich hier die politische Förderung und der gleichzeitig beobachtete technische Fortschritt einander verstärkend dahingehend aus, dass innovative Zukunftstechnologien positiver beurteilt werden. An deren zukünftigen Erfolg wird verbreitet geglaubt, auch wenn die gegenwärtige Energieeffizienz dieser Systeme gegenüber traditionellen Heizungsarten noch unterlegen ist.

Zwischen den Regionen ist der Unterschied in den Antworten gering. Die Rangfolge der Alternativen gleicht in Nord, West und Süd dem Gesamtergebnis für Deutschland. Lediglich im Osten wird der Solarthermie (Rang 3) eine niedrigere Bedeutung zugestanden als der Geothermie (Rang 1) und der Wärmepumpe (Rang 2). Zu beachten ist hier, dass die geringe Stichprobengröße für den Bereich Ost zu Verzerrungen beitragen könnte.

b) Zweite Feuerstätte

Die Ausstattung mit einem offenen Kamin, einem Kaminofen (Schwednofen) oder einem Kachelofen – mit entsprechender Schornsteinausrüstung – werden hinsichtlich der Vermarktungschancen bei Ein- und Zweifamilienhäusern wie folgt beurteilt:

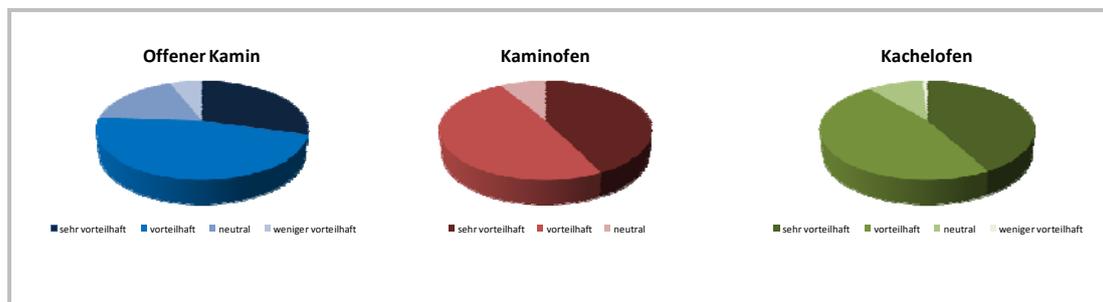


Abbildung 18: Zweite Feuerstätte

	sehr vorteilhaft	vorteilhaft	neutral	weniger vorteilhaft	nachteilig
Kaminofen	145	167	28	-	-
Kachelofen	142	159	34	3	-
Offener Kamin	100	158	61	20	-

Hinsichtlich der Region lassen sich keine nennenswerten Unterschiede feststellen, jedoch beurteilen die Experten aus der Region Ost die Existenz eines Offenen Kamins und eines Kaminofens noch besser als die Kollegen aus den anderen Regionen.

Die folgenden Eigenschaften verbinden Eigennutzer von Ein- und Zweifamilienhäuser mit der zusätzlichen Ausstattung ihres Eigenheims mit einem offenen Kamin, einem Kaminofen oder einem Kachelofen (mit entsprechender Schornsteinausrüstung):

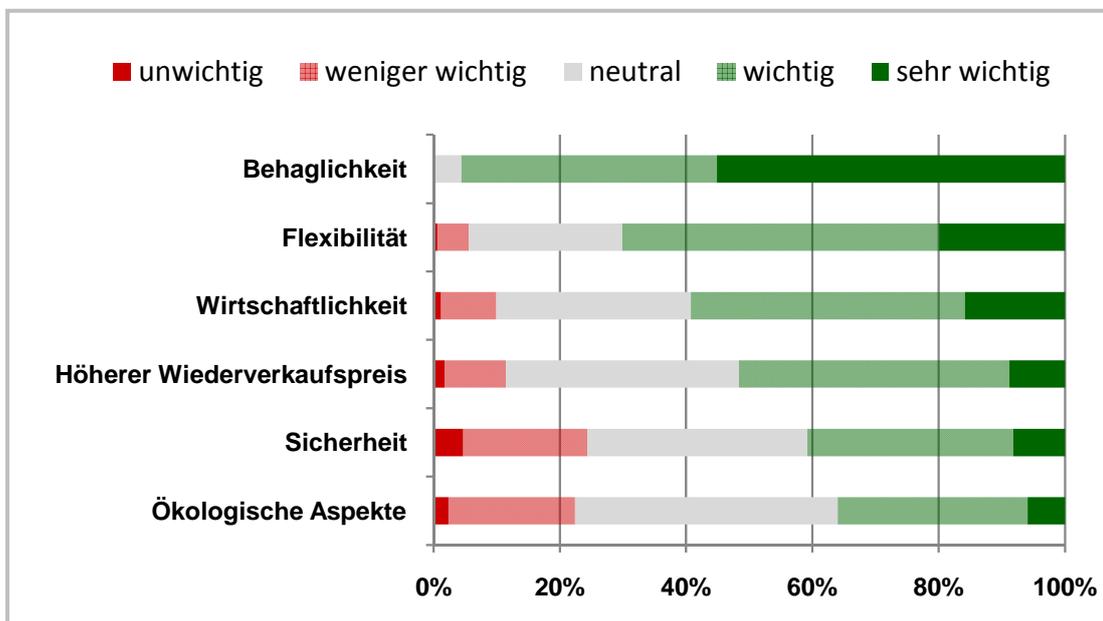


Abbildung 19: Eigenschaften Ausstattung mit zweiter Feuerstätte

Die Alternativen wurden absteigend mit Hilfe des arithmetischen Mittels sortiert, wobei der ordinalen Skala metrische Gleichmäßigkeit unterstellt wurde.

	sehr wichtig	wichtig	neutral	weniger wichtig	unwichtig
Behaglichkeit	188	138	15		
Flexibilität	68	171	83	17	2
Wirtschaftlichkeit	54	148	105	30	4
Höherer Wiederverkaufspreis	30	146	126	33	6
Sicherheit	28	111	119	67	16
Ökologische Aspekte	20	102	141	68	8

Die Verfügbarkeit einer zweiten Feuerstätte in Form eines Kaminofens, Kachelofens oder offenen Kamins wird durchgängig positiv, also werterhöhend beurteilt. Der Grund für diese Einschätzung ist in erster Linie die größere Behaglichkeit, also ein Komfortbedürfnis. Flexibilität, Wirtschaftlichkeit und Sicherheit werden zwar auch positiv bewertet, doch ist die Bedeutung dieser Eigenschaften einer zweiten Feuerstätte eindeutig geringer. Ökologische Aspekte spielen bei dieser Beurteilung eine deutlich untergeordnete Rolle.

Diese Ergebnisse bestätigen den verbreiteten Nachfragetrend zu einer luxuriöseren Ausstattung von Wohnimmobilien insgesamt. Dass ökologische Aspekte für die Einschätzung einer zweiten Feuerstelle dieser Art als relativ unbedeutend bzw. weniger wichtig eingeschätzt werden, mag auch auf die negative Klimaschutzwirkung durch das Verbrennen fossiler Energieträger (Holz, Kohle) zurück zu führen sein.

Differenziert man das Ergebnis nach Regionen, lässt sich feststellen, dass die Aspekte „Sicherheit“ und „Flexibilität“ unterschiedlich beurteilt werden. In der Region Süd verbindet nach Aussage der Experten die Nachfrager relativ häufiger als in den anderen Regionen die Verfügbarkeit einer zweiten Feuerstätte mit der Eigenschaft „Sicherheit“. Die Eigenschaft „Flexibilität“ wird für die Region West unwichtiger gesehen als anderswo.

c) Energieeffizienz und Einstellung der Nachfrager

Dem Nachfrager nach Ein-/Zweifamilienhäusern zur Eigennutzung (Bestandsimmobilien) sind die gesamten Energiekosten eines Hauses:

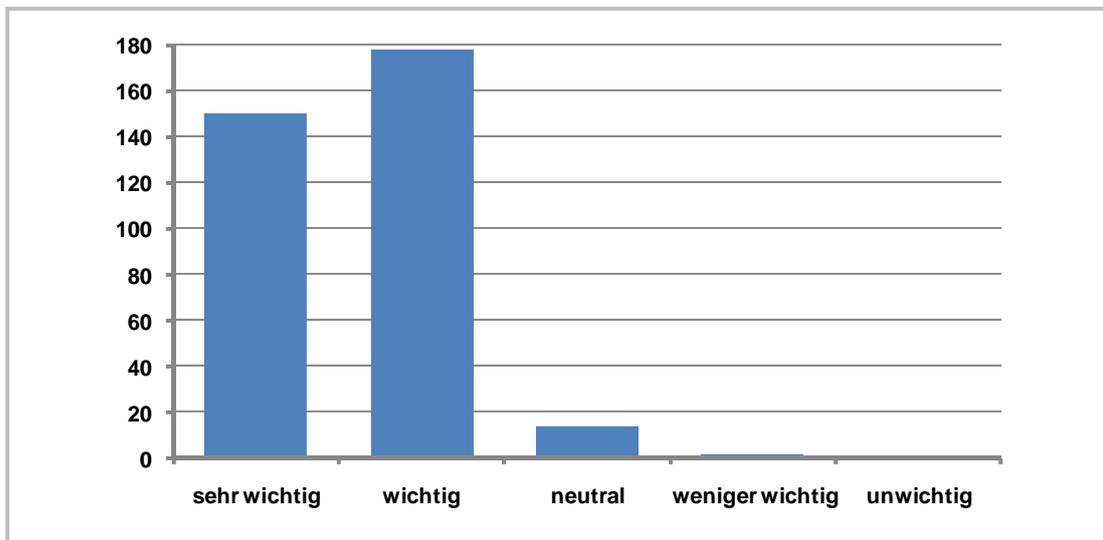


Abbildung 20: Energieeffizienz

Antwort	Häufigkeit absolut	D gesamt relativ	Nord	West	Süd	Ost
sehr wichtig	150	43,6 %	43,5 %	47,4 %	40,3 %	45,0 %
wichtig	178	51,7 %	56,5 %	47,4 %	53,4 %	55,0 %
neutral	14	4,1 %	-	4,1 %	5,7 %	-
weniger wichtig	2	0,6 %	-	1,0 %	0,6 %	-
unwichtig	-	-	-	-	-	-
Gesamt	344	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Die gesamten Energiekosten eines Hauses sind aus der Sicht der Nachfrager selbstgenutzter Ein-/Zweifamilienhäuser wichtig bzw. sehr wichtig. Insgesamt vertreten ca. 95 % der befragten Experten diese Auffassung. Darin spiegelt sich der seit Mitte der 90er Jahre zunehmende Anstieg dieser Kostenkomponente für das Gut „Wohnen“, welcher als durchaus drückend empfunden wird. Dadurch sind Befürchtungen entstanden, dass diese Belastungen auch in Zukunft weiter zunehmen könnten. Zwischen den Regionen sind die Ergebnisse stabil.

So kann auch das folgende Befragungsergebnis erklärt werden, in welchem die ökologischen mit den ökonomischen Präferenzen der Eigenheim-Nutzer mitei-

einander konfrontiert werden. Vor die Frage gestellt, ob eher ökologische Aspekte oder niedrige zukünftige Energiekosten für die Kaufentscheidung wichtig sind, berichten die Experten, dass die ökonomische Vorteilhaftigkeit mit fast 80 % dominiert. Nur 1,2 % der Befragten halten ökologische Aspekte für wichtiger. Ökologie wird positiv beurteilt, aber die ökonomische Effizienz, vor allem niedrige zukünftige Energiekosten, sind von wertgebender Bedeutung.

Den (zukünftigen) Eigenheim-Nutzern sind im Hinblick auf die Energieversorgung des Hauses für die Kaufentscheidung am wichtigsten:

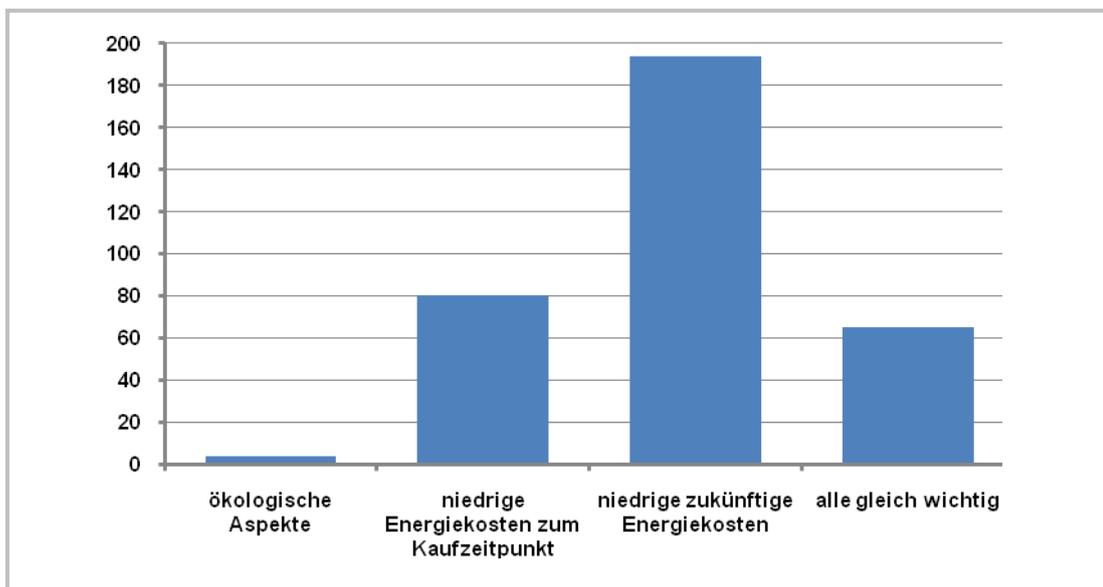


Abbildung 21: Einstellung der Nachfrager hinsichtlich Energieversorgung

Antwort	Häufigkeit absolut	D gesamt relativ	Nord	West	Süd	Ost
ökologische Aspekte	4	1,2 %	2,2 %	2,1 %	0,6 %	-
niedrige Energiekosten zum Kaufzeitpunkt	80	23,3 %	9,6 %	33,0 %	18,9 %	20,0 %
niedrige zukünftige Energiekosten	194	56,6 %	65,2 %	49,5 %	60,0 %	40,0 %
alle gleich wichtig	65	19,0 %	13,0 %	15,5 %	20,6 %	40,0 %
Gesamt	343	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

D. Preis- und Einkommensanalyse

I. Problemstellung

Die bisherige Analyse zeigte, dass die Ausstattungsmerkmale Bauweise, Unterkellerung sowie Heizungs- und Energieeffizienz in den einzelnen Bundesländern teilweise unterschiedlich bewertet werden. Worauf diese Präferenzabweichungen zurück zu führen sind, blieb offen. Zahlreiche Antworten auf diese Frage sind denkbar. So könnten regionale Unterschiede der Wohngewohnheiten, klimatische und topographische Umwelteinflüsse, aber auch historisch gewachsene politische Rahmenbedingungen hierfür verantwortlich sein. Eine dezidierte diesbezügliche Ursachenforschung würde den Umfang dieses Gutachtens sprengen. Stattdessen soll sich hier auf einige naheliegende ökonomische Aspekte der Preis- und Einkommensanalyse beschränkt werden.

Methodisch werden einfache, so genannte „Affordability“-Indikatoren herangezogen. In der Immobilienökonomie versteht man darunter das Verhältnis von Hauspreisen und den Einkommen ihrer Eigentümer. Auf diese Weise soll gemessen werden, ob das selbst genutzte Wohneigentum „erschwinglich“ ist, bzw. – in der vorliegenden regionalen Querschnittsanalyse – in welchen Bundesländern es wegen der jeweils unterschiedlichen Hauspreise und Einkommensniveaus für die potenziellen Hauskäufer leichter oder schwerer ist, Ein- oder Zweifamilienhäuser zu erwerben.

Für die Problemstellung dieses Gutachtens kann die Affordability insofern wichtig sein, als die Bewertung von Ausstattungsmerkmalen neben den Präferenz der Käufer auch von deren Einkommenssituation und dem allgemeinen regionalen Preisniveau abhängt. Höherwertige Ausstattungsmerkmale sind teurer, so dass es eine Rolle spielt, ob sie für die Käufer erschwinglich sind. Deshalb könnte es sein, dass die höherwertigen Ausstattungsmerkmale dort stärker nachgefragt werden, wo die Einkommen höher, das allgemeine Preisniveau höher oder beides der Fall ist. Denkbar ist jedoch auch, dass ein niedrigeres allgemeines Hauspreisniveau den Hauskäufern bei gleichem Einkommen größere Möglichkeiten eröffnet, höherwertige Ausstattungen ihrer Immobilien zu erwerben. Im Folgenden sollen dazu einige grundsätzliche Überlegungen und Ergebnisse vorgetragen werden.

II. Unterschiedliche Affordability-Indikatoren für deutsche Bundesländer

Bei der Errechnung von Affordability-Indikatoren für deutsche Bundesländer zeigen sich gravierende Unterschiede, die mit einfachen Plausibilitäten nicht zu erklären sind. So sind teilweise trotz relativ hoher Einkommen (hier durch das Bruttoinlandsprodukt pro Kopf gemessen) die Hauspreisniveaus relativ niedrig, während in anderen Bundesländern die Hauspreise hoch, aber die Einkommen relativ niedrig sind. Die Grafiken und Tabellen am Ende dieses Abschnitts verdeutlichen die Heterogenität der Affordability-Indikatoren für die einzelnen Bundesländer.

Wird die Affordability für Deutschland insgesamt als Benchmark benutzt, können vier Ländergruppen gebildet werden:

- 1) Niedrig: Sachsen-Anhalt, Thüringen, Bremen, Sachsen, Saarland, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen;
- 2) Durchschnittlich: Hessen, Brandenburg, Rheinland-Pfalz;
- 3) Hoch: Hamburg, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen, Bayern, Schleswig-Holstein;
- 4) Extrem hoch: Berlin.

Stellt man diesen Affordability-Indikatoren die jeweiligen Einkommenskennzahlen gegenüber, gilt überwiegend, dass hohe Einkommen mit hohen Hauspreisniveaus einhergehen und vice versa. Ausnahmen bilden die Bundesländer Bremen (hohe Einkommen / niedrige Hauspreise), Berlin und Schleswig-Holstein (jeweils niedrige Einkommen, aber hohe Hauspreise). Diese Abweichungen vom vorherrschenden Zusammenhang der positiven Verknüpfung zwischen Einkommens- und Hauspreisniveaus lassen sich jedoch plausibel erklären. In allen drei Fällen spielen spezielle regionale Lagebesonderheiten eine Rolle. Bremen ist ein kleiner Stadtstaat mit großer Einkommensstreuung, in welchem der Mittelstand sehr häufig Eigenheime außerhalb der Landesgrenzen errichtet hat, während der untere Mittelstand weiter in den Stadtgrenzen lebt. Berlin ist als Hauptstadt mit Teilungsproblemen ein Sonderfall und bei Schleswig-Holstein macht sich der Einfluss als Randlage zu Hamburg bemerkbar. Ähnlich wie bei Bremen zieht es einkommensstärkere Haushalte ins Umland, was dort zu höheren Hauspreisen führt.

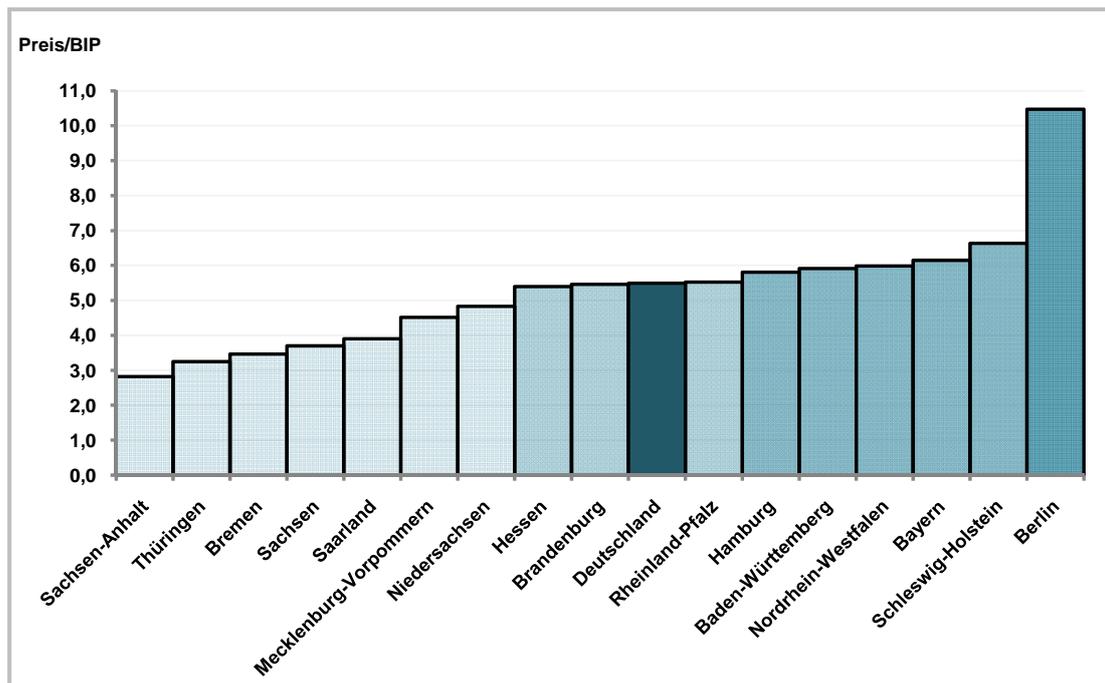


Abbildung 22: Affordability-Indikatoren deutsche Bundesländer⁷

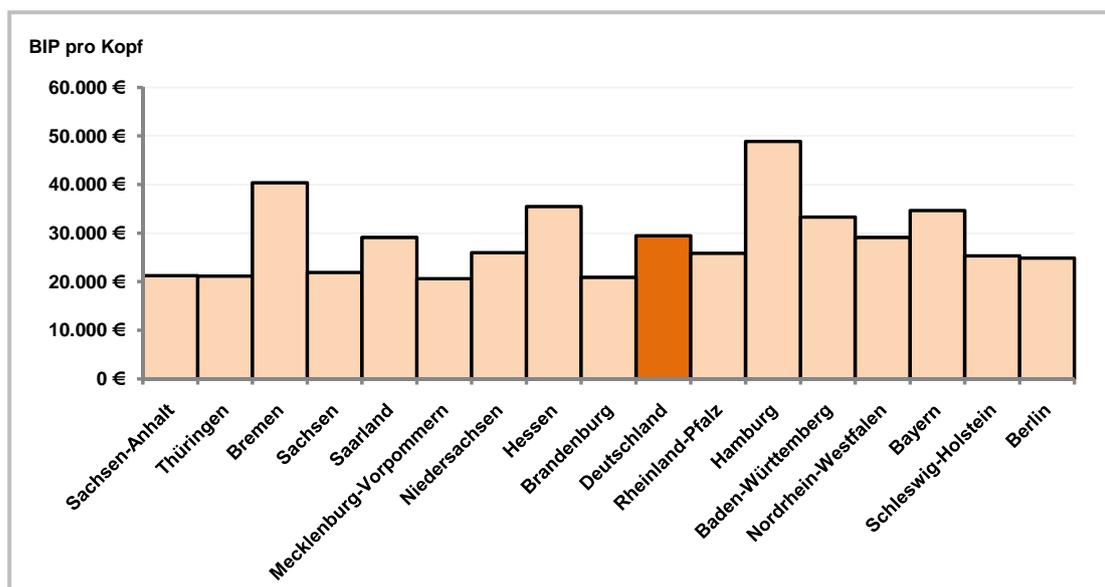


Abbildung 23: BIP pro Kopf deutsche Bundesländer⁸

⁷ Quelle: Eigene Berechnung mit BIP-Daten vom Statistischen Landesamt Baden-Württemberg und Häuserpreisen (Einfamilienhäuser) aus einer Studie der GEWOS: Preisentwicklung für Wohneigentum in Deutschland, Hamburg, August 2008.

⁸ Quelle: Daten vom Statistischen Landesamt Baden-Württemberg.

Bundesland	BIP je Einwohner	Preis EFH GEWOS	Preis/BIP (Affordability)
Sachsen-Anhalt	21.262 €	60.000 €	2,82
Thüringen	21.110 €	68.600 €	3,25
Bremen	40.349 €	139.700 €	3,46
Sachsen	21.903 €	81.100 €	3,70
Saarland	29.133 €	113.600 €	3,90
Mecklenburg-Vorpommern	20.621 €	93.100 €	4,51
Niedersachsen	25.976 €	125.500 €	4,83
Hessen	35.437 €	191.300 €	5,40
Brandenburg	20.921 €	114.300 €	5,46
Deutschland	29.453 €	161.900 €	5,50
Rheinland-Pfalz	25.825 €	142.700 €	5,53
Hamburg	48.852 €	283.800 €	5,81
Baden-Württemberg	33.274 €	196.800 €	5,91
Nordrhein-Westfalen	29.132 €	174.400 €	5,99
Bayern	34.630 €	212.800 €	6,14
Schleswig-Holstein	25.312 €	167.900 €	6,63
Berlin	24.873 €	260.500 €	10,47

III. Affordability und höherwertige Ausstattungsmerkmale

1. Bauweise

Bezüglich der insgesamt positiven Beurteilung von Massivbauweise im Vergleich zur Leicht-/Fertigbauweise (Vermarktung, Vermarktungsdauer, Wertentwicklung, Preisdifferenz und Lebensdauer) sind zwischen vier Länderregionen (Nord, Ost, Süd, West) kaum signifikante Unterschiede festzustellen. Aus der Sicht des Beurteilungskriteriums Affordability bedeutet dies, dass trotz der großen Unterschiede der Länderspezifischen Hauspreise und Einkommensniveaus die Massivbauweise das überlegene Produkt ist. Eine im Osten, als dem Gebiet mit geringem Einkommen und niedrigem Preisniveau, festgestellte leichte Skepsis gegenüber der kürzeren Vermarktungsdauer ist im Lichte des Einkommensproblems plausibel.

Insgesamt ist jedoch festzustellen, dass die Leicht-/Fertigbauweise aus der Sicht des Affordability-Indikators keinerlei Vorteile bietet. Umgekehrt kann gefolgert werden, dass alle Vorteile – insbesondere beim Wiederverkauf – unabhängig von der Affordability beim Massivbau liegen.

2. Unterkellerung

Auch bei der Bedeutung von Unterkellerung für den Marktwert wurde überwiegend eine positive Einschätzung der Experten festgestellt. Allerdings fällt diese für die Ostländer schwächer aus. Hier wird der negative Einkommenseffekt deutlich, d. h.,

der relativ hohe Preisaufschlag für die Unterkellerung (ca. 8 - 9 %) ist angesichts der niedrigen Osteinkommen schwerer durchsetzbar. In den Regionen mit höherem Einkommen ist die Unterkellerung jedoch begehrt und preislich akzeptiert. Im Norden ist dieser Effekt vermutlich wegen der dort niedrigeren Baulandpreise geringer.

3. Heizung und Energie

Die Befragungsergebnisse für alternative Heizungs- und Energienutzungssysteme ergeben für die Regionen Nord, Süd und West nur geringe Beurteilungsunterschiede. Im Osten wurde jedoch der teuren Solarthermie eine geringere Bedeutung zugemessen. Auch hier zeigt sich der negative Einkommenseffekt, d. h., diese Energiequelle bzw. –nutzungsart wird aus der Sicht des Indikators Affordability als (zu) teuer beurteilt.

E. Zusammenfassung der Ergebnisse

Die vorliegende Studie stellt die Entwicklung der Marktwerte von Ein- und Zweifamilienhäusern in Abhängigkeit von der Bauweise, der Unterkellerung sowie alternativen Heiz- und Energiesystemen dar. Sie basiert auf einer ähnlichen Untersuchung der DIA Consulting AG aus dem Jahr 2000 und soll die Entscheidungsfindung von Bauherren und Nachfragern nach selbstgenutzten Bestandsimmobilien hinsichtlich dieser Merkmale unterstützen.

Die Ausgangsthese, dass selbstgenutzte Ein- und Zweifamilienhäuser in massiver Bauweise, mit Unterkellerung und modernen Heiz- und Energiesystemen langfristig eine bessere Wertentwicklung aufweisen und höhere Wiederverkaufspreise erzielen als Eigenheime in Leicht-/Fertigbauweise, ohne Unterkellerung und mit „traditionellen“ Heizsystemen, sollte wie schon neun Jahre zuvor durch eine Expertenbefragung geprüft werden. Befragt wurden Absolventen der Deutschen Immobilien-Akademie an der Universität Freiburg GmbH (DIA) sowie Mitglieder des Immobilienverbands Deutschland (IVD). Insgesamt beteiligten sich ca. 350 Immobilienmakler und Immobilienbewertungssachverständige an der Umfrage.

Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Expertenbefragung werden wie folgt zusammengefasst:

Bauweise:

- Wie auch im Jahr 2000 geben 91 % der befragten Experten an, dass sich die Vermarktung gebrauchter Ein- und Zweifamilienhäuser in Massivbauweise leichter gestaltet als die Vermarktung von Eigenheimen in Leicht-/Fertigbauweise. Dabei meinen 69 % der Fachleute, dass auch die Vermarktungsdauer kürzer sei. 61 % der Befragten geben die Prognose ab, dass auch in Zukunft Massivbauhäuser sicher oder sehr wahrscheinlich bessere Vermarktungschancen haben werden, weitere 28 % halten dies zumindest für möglich.
- Bezogen auf die ursprünglichen Anschaffungs- bzw. Investitionskosten sind 80 % der Fachleute der Meinung, dass die Wertentwicklung in Massivbauweise höher sei, 14 % halten sie für gleich, nur 6 % für geringer.
- Für ländliche Gebiete schätzen 70 %, für Ballungsräume/Städte 66 % der Umfrageteilnehmer den Verkaufspreis einer ansonsten identischen Bestandsimmobilie höher ein. Die Preisdifferenz liegt im Durchschnitt bei 7,6 % (Land) bzw. 7,1 % (Stadt).

- 82 % der Befragten glauben, dass die Gesamtnutzungsdauer eines Massivbauhauses höher ist als bei einem Gebäude in Leicht-/Fertigbauweise.
- Die wichtigsten Eigenschaften, die Nachfrager bei den Immobilienexperten als Grund für die Entscheidung zu einem Massivbauhaus angeben, sind der hohe Werterhalt, ein guter Wärmeschutz und eine lange Lebensdauer.
- Im regionalen Vergleich gibt es nur geringe Unterschiede in den Antworten, die zudem nicht signifikant sind.
- Im Vergleich zur Studie aus dem Jahr 2000 sind die grundsätzlichen Aussagen gleich geblieben. Die Verkaufsdauer zwischen Häusern in Massiv- und Leicht-/Fertigbauweise hat sich ganz leicht angeglichen und die Preisaufläge für Massivbauhäuser sind etwas zurückgegangen.

Unterkellerung:

- Knapp 91 % der Immobilienexperten finden die Vermarktung eines unterkellerten Hauses einfacher als eines Eigenheims ohne Unterkellerung. Nur 2 % gehen von einer schwierigeren Vermarktung aus.
- Immerhin 68 % der Experten haben die Erfahrung gemacht, dass die Verkaufsdauer geringer ist, wenn ein Ein- oder Zweifamilienhaus über einen Keller verfügt, bei 19 % ist dies indifferent, 13 % halten sie für höher.
- 66 % der Befragten geben die Prognose ab, dass auch in Zukunft unterkellerte Eigenheime sicher oder sehr wahrscheinlich bessere Vermarktungschancen haben werden, weitere 26 % halten dies für möglich.
- Die jährliche Wertentwicklung schätzen 64 % der Experten höher bei Häusern mit Keller, 31 % finden sie gleich, 5 % geringer.
- Für ländliche Gebiete glauben 76 %, für Städte/Ballungsräume 74 %, dass der Wiederverkaufspreis eines unterkellerten Hauses höher ist. Der Preisauflschlag wird durchschnittlich auf 8 % (Land) bzw. 8,6 % (Stadt) geschätzt.
- Zwischen den Regionen zeigen sich zum Teil signifikante Unterschiede in den Antworten. Der Süden und der Westen zeigen eine noch höhere Affinität zur Unterkellerung als der Norden und der Osten.
- Gegenüber den Verhältnissen in 2000 ist festzustellen, dass die Bedeutung der Unterkellerung hinsichtlich Vermarktungschancen, Verkaufsdauer und Preisauflschlag etwas zurückgegangen ist. Nach Prognose der Experten wird sich dieser Trend nicht fortsetzen. Die Existenz eines Kellers hat in den Präferenzen der Nachfrager nach wie vor einen hohen Stellenwert.

Heizung und Energie:

- Innovative Systeme wie Solarthermie, Geothermie/Erdwärme und Wärmepumpe sowie Holzpellettheizungen werden von den Nachfragern als primäre Heizungsart präferiert. Herkömmliche Lösungen wie Öl und Elektroheizungen schneiden eher neutral bis nachteilig ab.
- Die Verfügbarkeit einer zweiten Feuerstätte in Form eines Kaminofens, Kachelofens oder offenen Kamins wird durchgängig positiv, also werterhöhend beurteilt. Grund ist hauptsächlich die größere Behaglichkeit, also ein Komfortbedürfnis. Flexibilität, Wirtschaftlichkeit und Sicherheit werden zwar auch positiv bewertet, doch ist die Bedeutung dieser Eigenschaften einer zweiten Feuerstätte eindeutig geringer. Ökologische Aspekte spielen eine deutlich untergeordnete Rolle.
- Die gesamten Energiekosten eines Hauses sind für die Nachfrager von hoher Bedeutung. Vor die Frage gestellt, ob eher ökologische Aspekte oder niedrige zukünftige Energiekosten für die Kaufentscheidung wichtig sind, berichten die Experten, dass die ökonomische Vorteilhaftigkeit mit fast 80 % dominiert.
- Zwischen den Regionen sind die Unterschiede in den Antworten zu Heizung und Energie nicht sonderlich groß.

Preis- und Einkommensanalyse:

Zusätzlich zur Befragung wurde eine Preis- und Einkommensanalyse vorgenommen. Das Verhältnis von Hauspreis- und Einkommensniveau („Affordability“) differiert in den verschiedenen Bundesländern erheblich. Trotzdem werden dadurch die Präferenzen für höherwertige Ausstattungsmerkmale und die damit verbundenen Erwartungen besserer Vermarktungschancen und Marktwerte nicht signifikant beeinflusst. Lediglich in den Ostländern ist eine leicht negative Einkommensrestriktion gegenüber „teuren“ Ausstattungsmerkmalen nachweisbar.

Anhang: Fragebogen



Expertenbefragung

Thema: Ein- und Zweifamilienhäuser

I. Bauweise

1) Vermarktung

Die Vermarktung gebrauchter Ein- und Zweifamilienhäuser an Eigennutzer gestaltet sich bei Gebäuden in Massivbauweise generell

- einfacher gleich schwieriger

als die Vermarktung von Eigenheimen in Leicht-/Fertigbauweise.

2) Vermarktungsdauer

Die Vermarktungsdauer ist bei Massivbauweise im Allgemeinen

- höher gleich geringer

als bei Leicht-/Fertigbauweise.

3) Wertentwicklung

Die jährliche Wertentwicklung bezogen auf die ursprünglichen Anschaffungs- bzw. Investitionskosten ist bei Massivbauweise im Vergleich zur Leicht-/Fertigbauweise

- höher gleich geringer.

4) Preisdifferenz

Wie hoch schätzen Sie die Preisdifferenz einer ansonsten identischen Bestandsimmobilie in Massivbauweise gegenüber der Leicht-/Fertigbauweise?

Ländliche Gebiete - ____ % +/- 0 + ____ %

Ballungsräume/Städte - ____ % +/- 0 + ____ %

(„-“ : Preis Massivbauweise < Preis Leicht-/Fertigbauweise; „+“ : Preis Massivbauweise > Preis Leicht-/Fertigbauweise)

5) Lebensdauer

Die Gesamtnutzungsdauer eines massiv gebauten Ein-/Zweifamilienhauses ist nach Ihrer Einschätzung durchschnittlich

- ca. ____ Jahre höher ungefähr gleich ca. ____ Jahre geringer

als bei Gebäuden in Leicht-/Fertigbauweise.



6) Eigenschaften

Welche der folgenden Eigenschaften massiv gebauter Gebäude werden von Eigennutzern bei ihrer Objektauswahl genannt und sind Gegenstand der Wertfindung? Bitte geben Sie in der letzten Spalte eine Rangfolge ein (1 = am Wichtigsten, 10 = am wenigsten wichtig), welche die Wichtigkeit der Eigenschaften widerspiegeln soll.

	sehr häufig	häufig	manchmal	selten	nie	Rangfolge
Guter Wärmeschutz	<input type="radio"/>	<input type="text"/>				
Angenehmes Raumklima	<input type="radio"/>	<input type="text"/>				
Hoher Brandschutz	<input type="radio"/>	<input type="text"/>				
Niedrige Instandhaltungskosten	<input type="radio"/>	<input type="text"/>				
Hoher Werterhalt	<input type="radio"/>	<input type="text"/>				
Gute Wärmespeicherung	<input type="radio"/>	<input type="text"/>				
Hoher Schallschutz	<input type="radio"/>	<input type="text"/>				
Lange Lebensdauer	<input type="radio"/>	<input type="text"/>				
Geringe Betriebskosten	<input type="radio"/>	<input type="text"/>				
Ökologische Bauweise	<input type="radio"/>	<input type="text"/>				

7) Prognose

„Ein- und Zweifamilienhäuser in Massivbauweise werden auch in Zukunft bessere Vermarktungschancen als Eigenheime in Fertigbauweise haben“. Diese Aussage

- trifft sicher / sehr wahrscheinlich zu trifft vielleicht zu kann ich nicht beurteilen trifft wahrscheinlich weniger zu trifft nicht zu

II. Unterkellerung

1) Vermarktung

Die Vermarktung gebrauchter Ein- und Zweifamilienhäuser an Eigennutzer gestaltet sich mit Unterkellerung des Objektes generell

- einfacher gleich schwieriger

als die Vermarktung von Eigenheimen ohne Keller.

2) Vermarktungsdauer

Die Vermarktungsdauer ist mit Unterkellerung im Allgemeinen

- höher gleich geringer.



3) Wertentwicklung

Die jährliche Wertentwicklung bezogen auf die ursprünglichen Anschaffungs- bzw. Investitionskosten ist mit Keller gegenüber einem Objekt ohne Keller

- höher gleich geringer.

4) Preisdifferenz

Wie hoch schätzen Sie die Preisdifferenz einer ansonsten identischen Bestandsimmobilie mit Unterkellerung gegenüber einer ohne Keller ein?

- Ländliche Gebiete - ____ % +/- 0 + ____ %
- Ballungsräume/Städte - ____ % +/- 0 + ____ %

(„-“ : Preis mit Keller < Preis ohne Keller, „+“ : Preis mit Keller > Preis ohne Keller)

5) Prognose

„Ein- und Zweifamilienhäuser mit Keller werden auch in Zukunft bessere Vermarktungschancen als Eigenheime ohne Unterkellerung haben“. Diese Aussage

- trifft sicher /
sehr wahr-
scheinlich zu trifft vielleicht
zu kann ich nicht
beurteilen trifft wahr-
scheinlich
weniger zu trifft nicht zu

III. Heizung und Energie

1) Primäre Heizungsart

Bitte beurteilen Sie die Ausstattung mit folgenden Beheizungsalternativen hinsichtlich der Vermarktungschancen von Ein-/Zweifamilienhäusern (Bestandsimmobilien):

	sehr vorteilhaft	vorteilhaft	neutral	weniger vorteilhaft	nachteilig
Ölheizung (zentral)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gasheizung (zentral)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Holzpelleteheizung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Geothermie / Erdwärme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Solarthermie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elektrische Fußbodenheizung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wärmepumpe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elektro-Nachtspeicheröfen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dezentrale Versorgung (Fernwärme, Nahwärme)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



2) Zweite Feuerstätte

Bitte beurteilen Sie die Ausstattung mit einem offenen Kamin, einem Kaminofen (Schwedenofen) oder einem Kachelofen – mit entsprechender Schornsteinausrüstung – hinsichtlich der Vermarktungschancen von Ein-/Zweifamilienhäusern:

	sehr vorteilhaft	vorteilhaft	neutral	weniger vorteilhaft	nachteilig
Offener Kamin	<input type="radio"/>				
Kaminofen	<input type="radio"/>				
Kachelofen	<input type="radio"/>				

Welche Eigenschaften verbinden Ihrer Erfahrung nach Eigennutzer von Ein-/Zweifamilienhäusern mit der zusätzlichen Ausstattung des Eigenheims mit einem offenen Kamin, einem Kaminofen oder einem Kachelofen (mit entsprechender Schornsteinausstattung)?

	sehr wichtig	wichtig	neutral	weniger wichtig	unwichtig
Behaglichkeit	<input type="radio"/>				
Sicherheit (Ausfall der primären Heizquelle)	<input type="radio"/>				
Flexibilität (Energiepreise)	<input type="radio"/>				
Wirtschaftlichkeit	<input type="radio"/>				
Ökologische Aspekte	<input type="radio"/>				
Höherer Wiederverkaufspreis	<input type="radio"/>				

3) Energieeffizienz

Wie wichtig sind Ihrer Erfahrung nach dem Nachfrager nach Ein-/Zweifamilienhäusern zur Eigennutzung (Bestandsimmobilien) die gesamten Energiekosten eines Hauses?

sehr wichtig	wichtig	neutral	weniger wichtig	unwichtig
<input type="radio"/>				

4) Ökologische versus ökonomische Einstellung der Nachfrager

Was ist Ihrer Erfahrung nach dem (zukünftigen) Eigenheim-Nutzer im Hinblick auf die Energieversorgung des Hauses wichtiger für die Kaufentscheidung: Ökologische Aspekte oder ökonomische Überlegungen (Kosten)? Am wichtigsten sind:

ökologische Aspekte	niedrige Energiekosten zum Kaufzeitpunkt	niedrige zukünftige Energiekosten	alles gleich wichtig
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



IV. Zahlungsbereitschaft / Preise

Wieviel gibt Ihrer Erfahrung nach in Ihrem Wirkungsgebiet der durchschnittliche Nachfrager für ein Einfamilienhaus aus?

Ca. _____ € in ländlichen Gebieten ca. _____ € in Städten/ Ballungsräumen

V. Statistische Zusatzdaten

1) Tätigkeit

- Immobilienmakler Sachverständiger für Immobilienbewertung Beides: Immobilienmakler und Sachverständiger

2) Bundesland

Bundesland, in dem Sie hauptsächlich tätig sind:

- | | | | |
|---|--|---|--|
| <input type="radio"/> Baden-Württemberg | <input type="radio"/> Bremen | <input type="radio"/> Niedersachsen | <input type="radio"/> Sachsen |
| <input type="radio"/> Bayern | <input type="radio"/> Hamburg | <input type="radio"/> Nordrhein-Westfalen | <input type="radio"/> Sachsen-Anhalt |
| <input type="radio"/> Berlin | <input type="radio"/> Hessen | <input type="radio"/> Rheinland-Pfalz | <input type="radio"/> Schleswig-Holstein |
| <input type="radio"/> Brandenburg | <input type="radio"/> Mecklenburg-Vorpommern | <input type="radio"/> Saarland | <input type="radio"/> Thüringen |

3) Vermittlungsabsatz (für Immobilienmakler)

Wie viele Ein- und Zweifamilienhäuser hat Ihre Firma im Kalenderjahr 2008 ungefähr vermittelt?

Ca. _____ Objekte

Von diesen befanden sich

ca. _____ % in ländlichen Gebieten ca. _____ % in Städten/Ballungsräumen

Von den insgesamt vermittelten Objekten waren

ca. _____ % in Massivbauweise	ca. _____ % in Fertigbauweise
ca. _____ % mit Unterkellerung	ca. _____ % ohne Unterkellerung
ca. _____ % mit zweiter Feuerstätte	ca. _____ % ohne zweite Feuerstätte



4) Bewertungsvolumen (für Sachverständige)

Wie viele Ein- und Zweifamilienhäuser hat Ihre Firma im Kalenderjahr 2008 ungefähr bewertet?

Ca. _____ Objekte

Von diesen befanden sich

ca. _____ % in ländlichen Gebieten

ca. _____ % in Städten/Ballungsräumen

Von den insgesamt bewerteten Objekten waren

ca. _____ % in Massivbauweise

ca. _____ % in Fertigbauweise

ca. _____ % mit Unterkellerung

ca. _____ % ohne Unterkellerung

ca. _____ % mit zweiter Feuerstätte

ca. _____ % ohne zweite Feuerstätte

VI. Anregungen

Falls Sie noch Anregungen zu dieser Befragung haben, können Sie diese im nachfolgenden Feld eintragen:

HERZLICHEN DANK FÜR IHRE TEILNAHME! ☺

SENDEN!

Falls kein Versand per Mail möglich ist, bitte ausdrucken und faxen an: Fax-Nr. 0761 / 211069-99