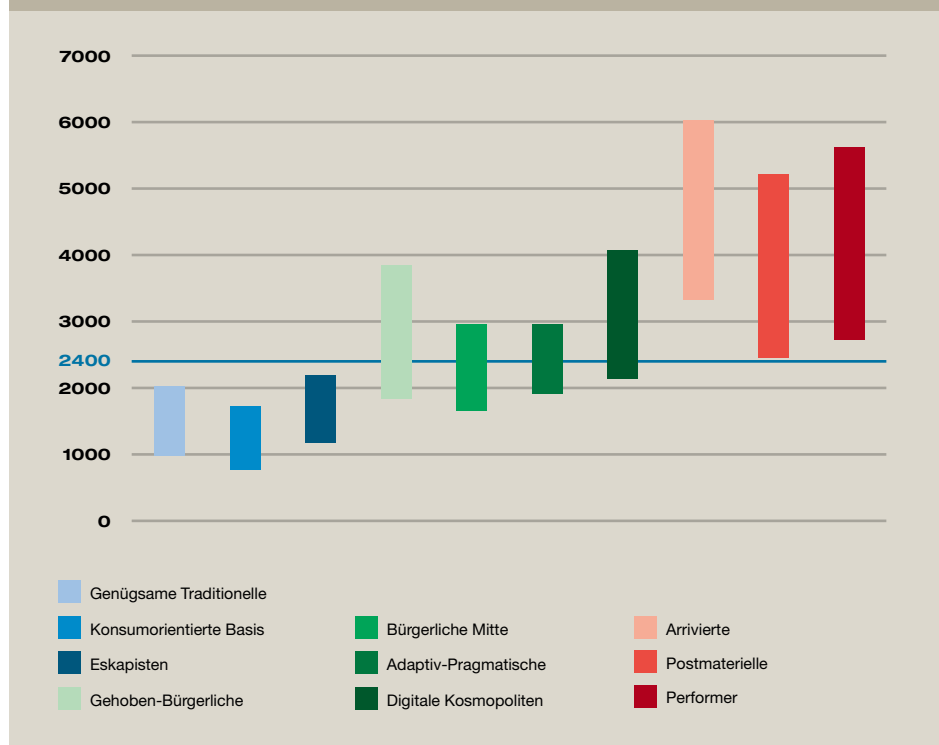


WER SIND DIE WOHNUNGS- NACHFRAGER?

Der SVIT Schweiz und acasa Immobilien-Marketing haben diesen Herbst die «Sinus-Milieus Wohn- und Lebenswelten Schweiz» auf den Markt gebracht. In Kürze können auch die Wohnungsnachfrager auf ihre Zugehörigkeit zu den Sinus-Milieus analysiert werden. **TEXT – DIETER MARMET***

ABBILDUNG 1: TYPISCHE WOHNUNGSBUDGETS
VON PAAREN / FAMILIEN IN CHF PRO MONAT

Quelle: «Sinus-Milieus Wohn- und Lebenswelten Schweiz»



wohnung beispielsweise 2400 CHF pro Monat, «passen» die Mittelschicht-Milieu («Digitale Kosmopoliten», «Adaptiv-Pragmatische», «Bürgerliche Mitte» und «Gehoben-Bürgerliche») weit besser zum Projekt als die anderen Milieus (Abbildung 1). Nachfrager, die in ihrem Suchabo eine 4-Zimmer-Wohnung suchen und eine Preisobergrenze von 2400 CHF angeben, gehören mit einiger Wahrscheinlichkeit zu ebendiesen Milieus. Vergleicht man nun alle Angaben aus den Suchabos (Ort, Nutzung, Zimmerzahl, Wohnflächen, Preis) mit den Charakteristika der einzelnen Milieus, erhält man eine gute Vorstellung davon, zu welchen Milieus die Wohnungsnachfrager tatsächlich gehören.

ÜBERRASCHENDE ERKENNTNISSE

Entsprechende Analysen wird Realmatch360 künftig seinen Kunden zusätzlich zu den bisherigen Angaben zu den Wohnungsnachfragern zur Verfügung stellen. Erste Auswertungen zeigen sowohl Resultate, die man erwarten würde, als auch eher Unerwartetes. So weist etwa der Vergleich der Nachfragergruppen in Schlieren mit den Wohnungsnachfragern in der gesamten Schweiz erwartungsgemäss eine Untervertretung der Milieus der «Arrivierten», «Postmateriel- len» und «Performern» sowie eine Übervertretung der Milieus der «Konsumorientierten Basis» und «Genügsamen Traditionellen» aus (Abbildung 2). Vergleicht man die Milieus der Nachfrager aber mit den Milieus der bereits ansässigen Bevölkerung, wird ersichtlich, dass die potenziellen Neuzuzüger typischerweise über eine höhere Ausbildung und höhere Einkommen verfügen als die ansässige Bevölkerung. So sind die Milieus der «Adaptiv-Pragmatischen» und der «Digitalen Kosmopoliten» bei den Wohnungsnachfragern deutlich übervertreten, die Milieus der «Konsumorientierten Basis» und der «Genügsamen Traditionellen» dagegen klar untervertreten.

► SINUS-MILIEUS

Das Sinus-Modell hat zum Ziel, Menschen mit ähnlichen Lebensauffassungen und Lebensweisen sowie einer ähnlichen sozialen Lage in Gruppen zusammenzufassen. Für die Schweiz identifiziert das Modell zehn Gruppen bzw. Milieus mit ähnlichen Befindlichkeiten, sowohl was ihre Werte und Einstellungen als auch ihre soziale Lage betrifft. Die Publikation «Sinus-Milieus Wohn- und Lebenswelten Schweiz» basiert auf einer mehrjährigen intensiven Auseinandersetzung einer Expertengruppe aus der Immobilienwirtschaft mit diesen Milieus im Hinblick auf die Wohn- und Lebenswelt der Schweizer Bevölkerung. Das Werk gibt u. a. Auskunft zu Wohnsituation, Wohnstil, Wohnbedürfnissen und Immobilien-Suche und kann unter www.wohnlebenswelten.ch bestellt werden. Ergänzend zum gedruckten Werk erhalten die Besteller Zugang zum Online-Tool «Milieu Analyzer» für die Analyse von Personengruppen, Projekten oder Standorten.

ZIELGRUPPENANALYSE

Der «Milieu Analyzer» basiert auf einer Anwendung, die eine grosse Anzahl von Informationen zu Personengruppen, Projekten oder Standorten auf ihre Übereinstimmung mit den zehn Sinus-Milieus prüft und die passenden Milieus ermittelt. Der «Milieu Analyzer» erlaubt beispielsweise die Beantwortung folgender Fragen: «Welche Zielgruppen möchte ich ansprechen?», «Welche Milieus passen zu meinem Immobilienprojekt?» oder «Welche Milieus passen zur Lage meines Projekts?». Wie wichtig eine solche Zielgruppenanalyse heute ist, muss angesichts der weiter ansteigenden Wohnungsleerstände nicht weiter erläutert werden.

NACHFRAGER-MILIEUS

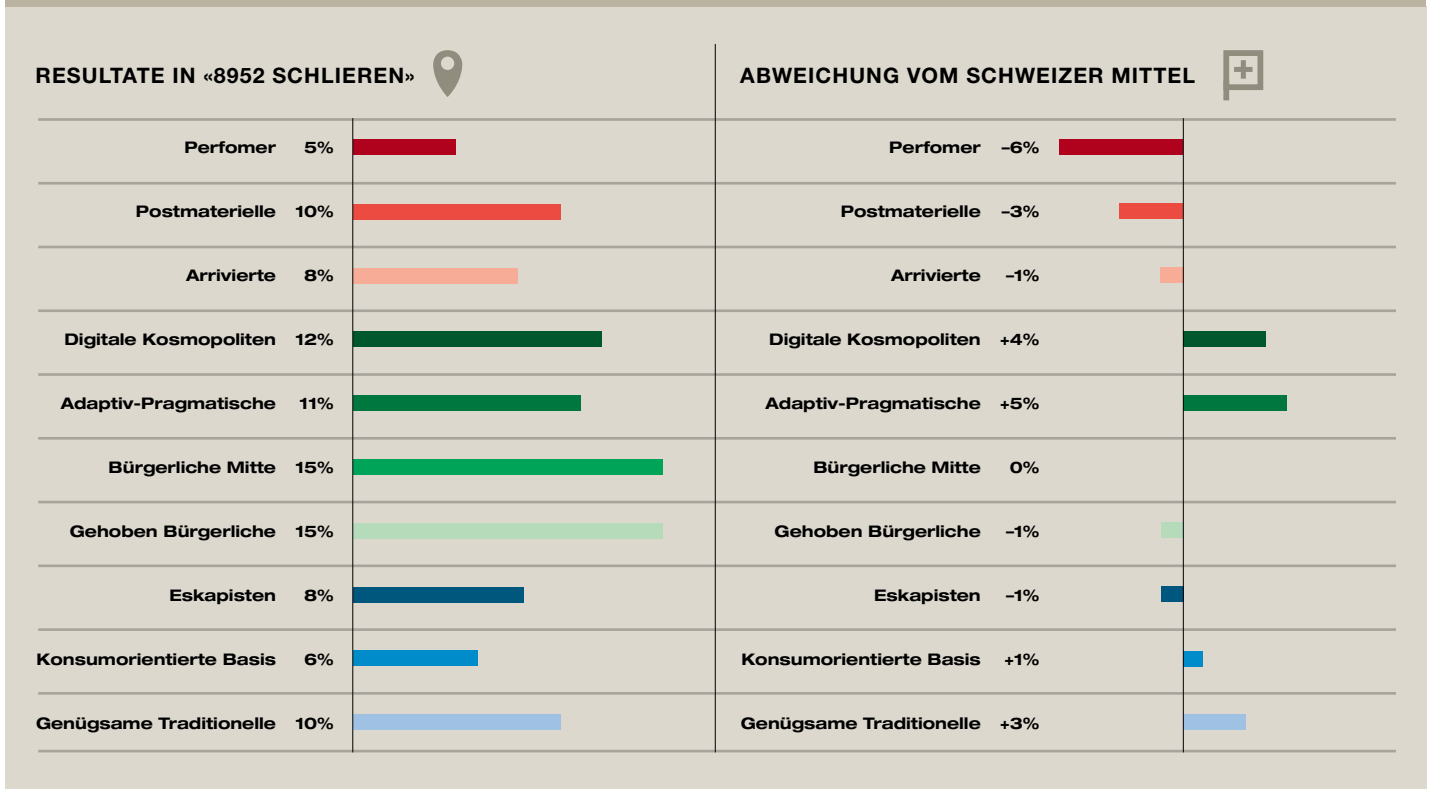
Technisch bedarf es dagegen einer gewissen Erläuterung, vor allem im Hinblick auf die Milieu-Ermittlung bei den Wohnungsnachfragern: Eines der wichtigen Kriterien eines Immobilienprojekts ist der Preis. Kostet eine 4-Zimmer-Miet-

AUSBLICK

Die Digitalisierung der Immobilienwelt schreitet voran – und damit auch die Möglichkeiten der Datenanalyse. Die «Sinus-Milieus Wohn- und Lebenswelten Schweiz» sind ein weiteres wichtiges Element auf dem Weg, die Planung und

ABBILDUNG 2: SINUS-MILIEUS VON WOHNUNGSNACHFRAGERN IN SCHLIEREN

Quelle: Reamatch360



Entwicklung – und natürlich auch die Vermarktung und Bewirtschaftung – von Immobilienprojekten zu vereinfachen und zu verbessern. Eine genaue Zielgruppenanalyse wird künftig genauso zu einer professionellen Due Diligence gehören wie die

Analyse von Angebot und Nachfrage. Die Möglichkeit, die Wohnungsnachfrager den Sinus-Milieus zuzuordnen, bietet Reamatch360 seinen Kunden ab dem nächsten Release, der im 1. Quartal 2021 aufgeschaltet wird.

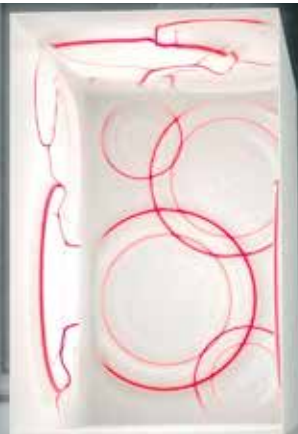


*DIETER MARMET

Der Autor ist Mitglied des Advisory Boards von Reamatch360, das Projektentwickler, Investoren, Bewirtschaftler, Makler, Berater und Bewerter mit aktuellen Informationen zur Immobiliennachfrage beliefert.

ANZEIGE

EIN AUFZUG SETZT
NEUE MASSSTÄBE



EXTRA ist der neue Standard

Reine Beförderung von Fahrgästen war gestern. Unsere neue Aufzugsgeneration beeindruckt mit multimedialer Onboard-Unterhaltung, informiert vorausschauend unseren Wartungsservice und ermöglicht maximale Kreativität bei Planung, Ausstattung und Design. Extra für Sie.

schindler.ch/extra-de

We Elevate



Schindler