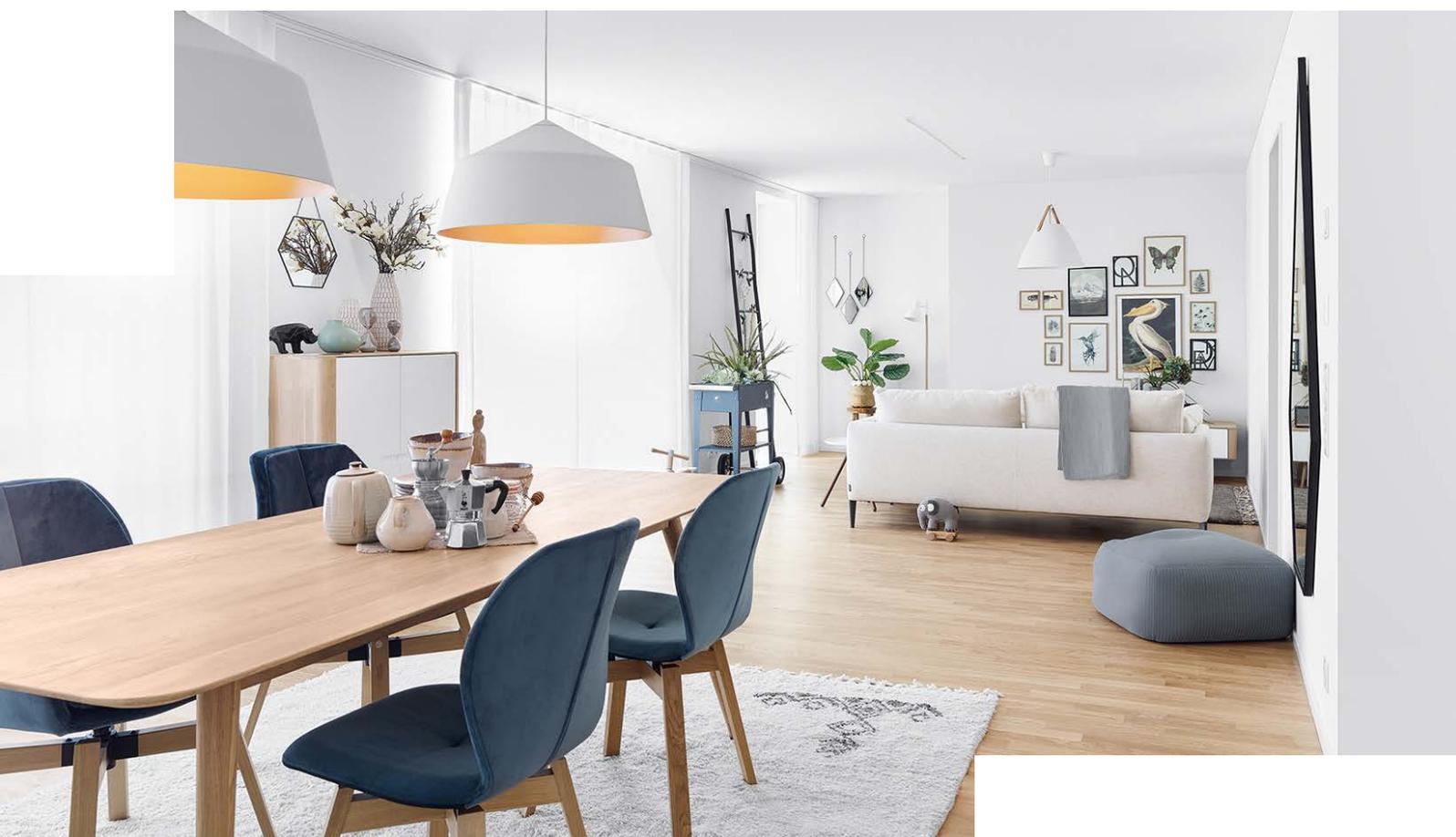


Home Sweet Home

Schweizer Immobilienmarkt 2021 | März 2021



Wohneigentum
**Homeoffice hebt die Nachfrage in
der Peripherie**

Seite 9

Digital Real Estate
**Internet of Things verändert
die Büronutzung**

Seite 36

Nachhaltige Immobilien
**Keine Nachhaltigkeit ohne
Transparenz**

Seite 53

Digitalisierung entschlüsselt Nachfrage

Die Digitalisierung aller unserer Lebensbereiche eröffnet Chancen, weil dank ihr zentrale Informationen einfacher gesammelt und ausgewertet werden können. Mit den gewonnenen Daten lassen sich beispielsweise die Folgen von COVID-19 für den Wohnungsmarkt besser evaluieren.

Nachfragedaten waren lange Zeit Mangelware

Zum Wohnungsangebot sind schon seit Langem viele Informationen verfügbar, wogegen die Nachfrage im Dunkeln geblieben ist. Während Jahrzehnten waren Nachfragepräferenzen praktisch nur indirekt (z.B. über Leerstandsdaten) messbar. Statistiken, wie etwa die Strukturerhebung, geben zwar Hinweise zur Wohnungsgrösse von Haushalten, sie leiden aber an der Problematik, dass Haushalte nicht zwingend so wohnen, wie sie gerne möchten. Hinzu kommt der oftmals lange zeitliche Verzug zwischen Erhebung und Veröffentlichung der Daten. Umfragen zum Nachfrageverhalten, wie beispielsweise das NZZ Immo-Barometer sind hilfreich, haben wegen des kleinen Teilnehmerkreises aber ihre Grenzen, insbesondere in Bezug auf regionale Aussagen.

Von der Analyse von Klicks ...

Die Vorboten der Digitalisierung auf dem Immobilienmarkt waren die Onlineportale. Deren ab der Jahrtausendwende einsetzender Siegeszug auf dem Markt für Wohnungsinserate eröffnete plötzlich neue Möglichkeiten für die Datenanalyse, zumal die Nachfrager auf den digitalen Kanälen Spuren hinterlassen. Anfänglich wurde analysiert, welche Angebote die Besucher der Portale anklicken. Dadurch gewann man Aufschluss darüber, was Interesse weckt. Die Information blieb jedoch unvollständig, denn wo kein Angebot bestand, gab es auch nichts zum Anklicken. Zudem liess sich auf diese Weise auch die Zahlungsbereitschaft nicht ermitteln.

... zur Auswertung von Such-Abos

Angesichts der steigenden Zahl an Wohnungsinseraten setzten sich in der Folge Such-Abonnements durch, da sie die Interessenten schnell und massgeschneidert über interessante Objekte informieren. Für deren Nutzung müssen die Nachfrager ihre wahren Präferenzen hinterlegen. Die Schweizer Proptech-Firma Realmatch360 erkannte als erstes Unternehmen den Wert dieser Informationen: Seit Februar 2014 wertet sie die Such-Abos der grössten Schweizer Onlineportale anonymisiert aus und stellt diese Daten ihren Kunden zeitnah zur Verfügung. Mehr als 1 Mio. aktive Suchprofile werden heute täglich untersucht, was detaillierte regionale Analysen ermöglicht. Dabei liegt der Schwerpunkt aufgrund der verfügbaren Daten beim Mietwohnungs- und Wohneigentumsmarkt.

Knacknuss Datenbereinigung

Um zu aussagekräftigen Resultaten zu gelangen, mussten jedoch einige Knacknüsse gelöst werden. Fehlende, doppelt vorhandene und irreführende Angaben müssen mit ausgeklügelten Algorithmen identifiziert und bereinigt werden. Der Träumer, der in der Stadt Zürich ein grosses, modernes Einfamilienhaus für weniger als CHF 700'000 sucht, sagt nichts über die tatsächliche Nachfrage und die Zahlungsbereitschaft aus. Zudem müssen Immobilienvermarkter oder Makler, die zwecks Marktbeobachtung Such-Abos unterhalten, aus dem Datensatz entfernt werden. Effektiv verwendet werden schliesslich gerade einmal rund 200'000 Suchprofile pro Tag.

Hohe Datenaktualität

Die heutigen Möglichkeiten der Informationsverarbeitung erlauben es, Nachfragedaten zeitnah zur Verfügung zu stellen. Realmatch360 aktualisiert ihre Produkte beispielsweise wöchentlich, und dies aus gutem Grund: Schweizweit werden jeden Tag gegen 10'000 Anpassungen an Such-Abos vorgenommen (neue bzw. Anpassung/Löschung von bestehenden Abos). Durchschnittlich laufen diese bei Mietwohnungen zwei bis drei Monate und bei Wohneigentum gut doppelt so lang.

Fallbeispiel 1: Nachfrageverlagerungen aufgrund von COVID-19

Die COVID-19-Pandemie hat gezeigt, wie wichtig es ist, möglichst schnell auf Daten als Grundlage für eine Lageeinschätzung zurückgreifen zu können. Dank der wertvollen Auswertung der Suchprofile lassen sich bereits jetzt datengestützt Aussagen dazu machen, ob und in welcher Form COVID-19 die Wohnungsnachfrage verändert hat. Es werden beispielsweise vermehrt Eigentumswohnungen sowie Einfamilienhäuser und weniger oft Mietwohnungen nachgefragt (Abb. 17).

«Home Sweet Home» geht über alles

Innerhalb der Segmente haben sich zudem die Präferenzen verschoben. Es werden vermehrt mittelgrosse und grosse Wohnungen (Miete/EWG: ≥ 3 Zimmer, EFH: ≥ 5 Zimmer) verlangt (Abb. 17). Die Ansprüche sind also gestiegen, sodass günstige Objekte relativ zu solchen im mittleren und oberen Preissegment weniger häufig gesucht werden. Ausserdem nahm nach dem Lockdown bei Mietwohnungen kurzzeitig der Wunsch nach einem Aussenraum (Balkon/Terrasse) zu. Zudem werden Parkplätze sowohl bei Miet- als auch Eigentumsobjekten wieder häufiger explizit nachgefragt. All dies weist darauf hin, dass sich der Stellenwert einer Wohnung, die den eigenen Bedürfnissen entspricht, die auf das verändertes Nutzungsverhalten (mehr Zeit zu Hause, Homeoffice) eingeht und in der man sich wohlfühlt, mit dem Rückzug ins traute Heim infolge von COVID-19 stark erhöht hat.

COVID-19 bringt auch räumliche Verschiebungen

Die Wohnungssuchenden interessieren sich seit Ausbruch der Pandemie häufiger für Gemeinden ausserhalb der Grosszentren und deren Agglomerationen (Abb. 18). Da jedoch weiterhin 50.4% aller Suchenden eine Mietwohnung in den Grosszentren und ihren Agglomerationen anstreben und der Nachfragerückgang hier nur 1.9 Prozentpunkte beträgt, kann nicht von einer Abkehr von den Grosszentren gesprochen werden. Beim Wohneigentum fällt die räumliche Verschiebung in Richtung Peripherie dagegen stärker aus. Wie im Kapitel «Wohneigentum» (Seite 9 f.) erläutert, wird sich dieser Trend infolge der hohen Immobilienpreise an zentralen Lagen und des Durchbruchs des Homeoffice möglicherweise noch verstärken.

Nachfrage-Tracking unerlässlich

Die COVID-19-Pandemie hat die Nachfragepräferenzen zumindest vorübergehend verschoben. Wie nachhaltig diese Trends sind, werden erst die kommenden Quartale und Jahre zeigen. Entsprechend wichtig bleibt es, die Nachfrage kontinuierlich im Auge zu behalten und nicht aufgrund einer Momentaufnahme falsche Schlüsse zu ziehen.

Rasche Erkenntnisse dank einfacher Tools

Eine detaillierte Analyse der Suchprofile kann auch sehr spannende Resultate zur lokalen Nachfrage eines Standortes generieren. Bauherren oder Makler haben jedoch häufig keine Zeit für eigene detaillierte Analysen. Einfache (Web-)Apps, wie die nachfolgend vorgestellte, können solchen Akteuren die gewünschten Informationen mit wenigen Mausklicks zugänglich machen.

Fallbeispiel 2: Ermittlung der Zahlungsbereitschaft

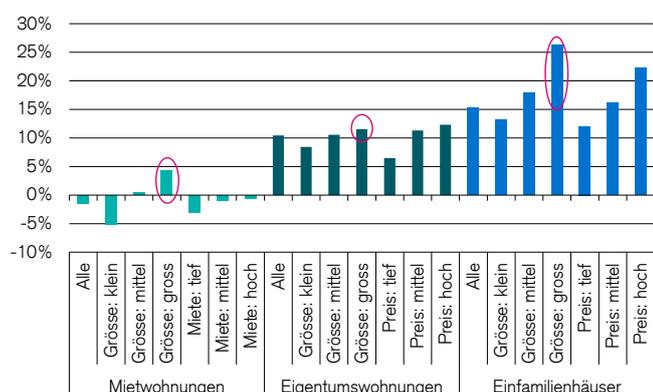
Wie anfangs erwähnt, bieten Such-Abos lokale Informationen zur Zahlungsbereitschaft von Wohnungsinteressenten. Da bereits wenige Franken mehr oder weniger pro Quadratmeter Jahresmiete darüber entscheiden, wie gut oder schlecht sich ein Objekt vermieten lässt, sind präzise Informationen für Eigentümer, Projektentwickler, Vermarkter oder Makler Gold wert. Mittels moderner Web-Apps kann auf dieses Bedürfnis reagiert werden. Dies demonstrieren wir hier anhand des Beispiels Pricsetter von Realmatch360, einer Applikation, die Informationen zur Zahlungsbereitschaft bereitstellt.

Identifikation von «Preisklippen»

Abbildung 19 zeigt die lokale Zahlungsbereitschaft gemäss Pricsetter für eine Mietwohnung mit vier Zimmern in Zürich Oerlikon, Uster und Wetzikon. Demnach werden in Zürich Oerlikon bei einer anvisierten Bruttomiete von CHF 2500 68.7% aller Nachfrager erreicht. In Uster sinkt dieser Anteil auf 37.7%, und in Wetzikon liegt er noch bei 17.6%. Wichtig sind die sogenannten «Preisklippen», wo der Anteil Nachfrager bei nur geringfügig höheren Preisen plötzlich stark sinkt. In Zürich Oerlikon sind solche Preisklippen oberhalb von CHF 3000 und CHF 3500 zu erkennen (Abb. 19). Wird eine Wohnung leicht teurer inseriert, bekommen also markant weniger Suchende das Inserat zu Gesicht.

Abb. 17: Grosse Wohnungen seit COVID-19 stärker nachgefragt

Veränderung der Nachfrageindizes: 02/2020 – 12/2020

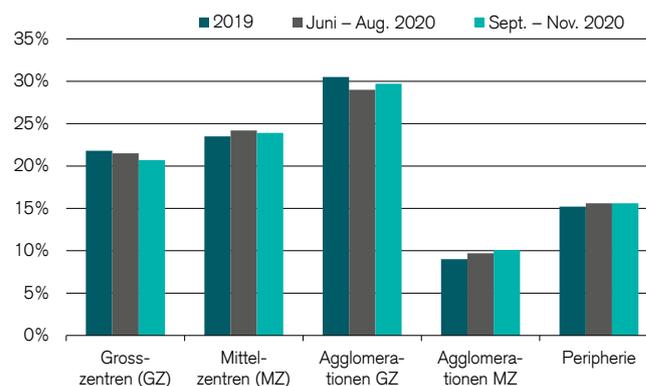


Quelle: Realmatch360

Letzter Datenpunkt: 12/2020

Abb. 18: Grosszentren (inkl. Agglo) seit COVID-19 weniger gesucht

Verteilung der Such-Abos von Mietwohnungen nach Gemeindetyp



Quelle: Realmatch360

Letzter Datenpunkt: 11/2020

Ermittlung der optimalen Miete

Werden zusätzliche Informationen zum Vermarktungsobjekt angegeben, wie etwa Alter, Zustand, Fläche, Lage und Ausbaustandard, kann die optimale Miete ermittelt werden. Grundlage hierfür ist ein hedonisches Preismodell, das die qualitativen Merkmale einer Wohnung berücksichtigt. Abbildung 20 zeigt dies am Beispiel einer 4-Zimmer-Mietwohnung in der Stadt Biel. Für einen Neubau mit 110 Quadratmeter Wohnfläche an mittlerer Mikrolage und gängigem Ausbaustandard wird eine Bruttomiete von CHF 1850 pro Monat empfohlen. Dagegen liegt die optimale Miete für einen Neubau an sehr guter Mikrolage und mit gehobenem Ausbaustandard bei CHF 2090.

Zahlungsbereitschaft wird systematisch zu hoch angegeben

Statistische Modelle, wie sie z.B. im Pricsetter zum Einsatz kommen, haben aber auch Grenzen. Sie sind beispielsweise kaum dazu geeignet, Luxus- oder Liebhaberobjekte zu beurteilen. Mit Blick auf die Zahlungsbereitschaft muss zudem im Hinterkopf behalten werden, dass Suchende diese in der Regel etwas zu hoch angeben. Die in den Such-Abos eingegebene Preisobergrenze liegt im Mittel um 6.7% über dem effektiven Niveau. Auf diese Weise wollen Suchende vermeiden, ihre Traumwohnung zu übersehen, nur weil diese leicht über ihrem Budget liegt.

Erst die Integration erschliesst das Potenzial

Während eine App für Einzelabfragen gute Dienste leistet, ist die Verwendung solcher Tools mit manueller Eingabe bei einer grossen Datenmenge zeitintensiv und häufig nicht mehr zielführend. Zudem stellt sich im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung immer mehr das Problem, dass zwar immer mehr Tools interessante Dienstleistungen für Unternehmen bieten, diese aber häufig Einzelanwendungen bleiben. Derartige Tools können also nicht miteinander kommunizieren, und die Resultate können häufig nur manuell in die eigenen Datenbestände integriert werden.

API-Lösungen erhöhen den Nutzwert der Daten

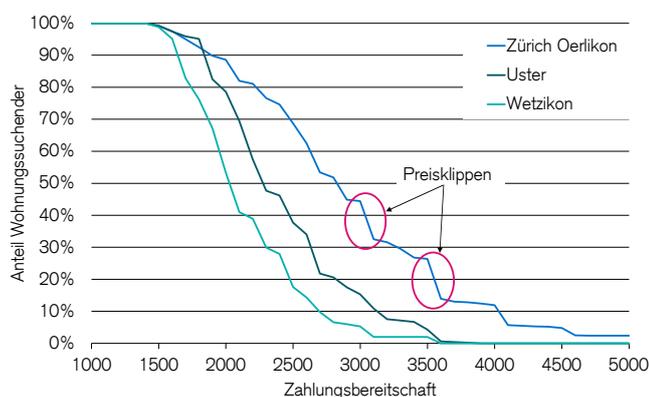
Gerade grössere Unternehmen erwarten daher, dass solche Produkte auch via Schnittstelle, eine sogenannte API (Application Programming Interface), zur Verfügung stehen. Diese ermöglicht es, automatisiert Abfragen vorzunehmen, die Resultate in die eigenen Systeme zu übertragen und damit Systembrüche zu vermeiden. Realmatch360 bietet bereits heute solche APIs an. Eine Bank beispielsweise kann so den Pricsetter automatisiert im Risiko-Monitoring von Hypothekarkrediten verwenden. Sinkt etwa die Zahlungsbereitschaft in einer Gemeinde unter einen definierten Schwellenwert, wird automatisch ein Alarm für die Liegenschaften in der betroffenen Gemeinde ausgelöst, und die Bank kann die Gründe dafür ausfindig machen.

Fazit: Digitalisierung schliesst Wissenslücken

Die digitale Analyse des Nachfrageverhaltens trägt als drittes Auge neben Angebots- und Marktdaten dazu bei, Wissenslücken bei der Projektplanung und Vermarktung zu beseitigen. Zwar bleibt lokales Know-how zum Immobilienmarkt unersetzlich, und weitere Indikatoren sind ebenfalls zu berücksichtigen. Dank der zunehmenden Verbreitung von APIs wird die Verknüpfung von Datenquellen indessen einfacher, was den Wert von Datenanalysen deutlich steigert und neue Verknüpfungsmöglichkeiten eröffnet. Zum Nachfrageverhalten gibt es nämlich noch viel zu erforschen. Die Integration der Sinus-Milieus (Gesellschafts-/Zielgruppen-Typologie des Sinus-Instituts) hilft z.B. bei einer noch genaueren Analyse der Zielgruppe. Mit modernen Techniken wie Machine Learning und dem Einbezug weiterer Datenquellen dürfte es zudem möglich sein, aus dem Suchverhalten neue Erkenntnisse zu generieren – und zwar auch zu anderen Segmenten. Dies ist sehr zu begrüssen, zumal es angesichts der zunehmenden Herausforderungen auf dem Büro- und Verkaufsfächenmarkt immer wichtiger wird, mehr über das Nachfrageverhalten auch auf diesen Märkten zu erfahren.

Abb. 19: Identifikation von Preisklappen

Zahlungsbereitschaft (Bruttomiete in CHF/Monat) für 4-Zimmer-Wohnungen

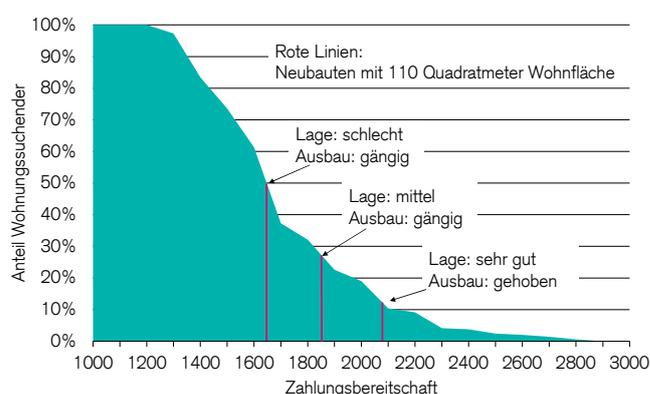


Quelle: Realmatch360, Credit Suisse

Letzter Datenpunkt: 12/2020

Abb. 20: Bestimmung der optimalen Miete

Zahlungsbereitschaft (Bruttomiete in CHF/Monat) für 4-Zimmer-Wohnungen in Biel



Quelle: Realmatch360

Letzter Datenpunkt: 12/2020