

Masterthesis

zur Erlangung
des Master of Science in Real Estate (CUREM)

*Preisdifferenzierung von Mietwohnungen innerhalb des Gebäudes
am Beispiel der Stadt Zürich, Kreise 3 und 7*

Name: Peter Pickel
Adresse: Freyastrasse 16, 8004 Zürich
Eingereicht bei: Prof. Dr. Pascal Gantenbein
Andreas Loepfe MRICS
Abgabedatum: 20. Juli 2007

INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS	II
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	IV
TABELLENVERZEICHNIS	V
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	VI
1 EINLEITUNG	1
1.1 Ausgangslage und Arbeitsthesen	1
1.2 Zielsetzung	2
1.3 Vorgehen	3
2 GRUNDLAGEN	4
2.1 Theorie der Preisbildung und -differenzierung	4
2.1.1 Ansatz der Mikroökonomie	4
2.1.1.1 Relevante Märkte	4
2.1.1.2 Preisbildung bei Konkurrenz	5
2.1.1.3 Preisbildung bei monopolistischen Marktformen	5
2.1.2 Ansatz des Preismanagements	6
2.1.2.1 Preisbildungsverfahren	6
2.1.2.2 Preisdifferenzierung	7
2.1.3 Ansatz des Marketings	9
2.1.3.1 Preisbildungsverfahren	9
2.1.3.2 Preismodifizierung	10
2.2 Marktgut Wohnen	11
2.2.1 Besonderheiten und Merkmale des Wohnungsmarktes	11
2.2.2 Bedeutung für Eigentümer und Mieter	13
2.3 Bestehende Modelle der hedonischen Wohnungsbewertung	14
2.4 Ansatz zur Preisdifferenzierung im Mietwohnungswesen	15
2.4.1 Vorgaben an den Eigentümer	15
2.4.2 Methoden zur Preisdifferenzierung	16
2.4.3 Konklusion	18
3 VERGLEICHE ZUR PREISDIFFERENZIERUNG IM MIETWOHNUNGSWESEN	19
3.1 Faktoren der Preisbildung	19
3.1.1 Einflüsse seitens des Eigentümers	19
3.1.1.1 Strategie zum Objekt	19
3.1.1.2 Markt- und standortbedingte Einflüsse	20
3.1.1.3 Clusterung der Gebäude	27

3.1.2	Einflüsse seitens des Mieters	27
3.1.3	Abhängigkeiten und Hauptgrößen der Mietpreisbildung	29
3.1.3.1	Wichtige Abhängigkeiten des Mietpreises	29
3.1.3.2	Erste Bestimmung der Hauptgrößen in der Mietpreisbildung	30
3.2	Bestehende Auswertungen zu den Wohnungsmieten in der Schweiz	30
3.2.1	Einfluss der Makrolage	31
3.2.2	Einfluss der Mikrolage	32
3.2.3	Charakteristika der eigentlichen Wohnung	32
3.2.4	Qualitätsveränderungen und Mietpreisteuerung	34
3.2.5	Zusätzliche Einflussfelder	35
3.3	Eigene Auswertungen zu den Kreisen 3 und 7 der Stadt Zürich	36
3.3.1	Kompendium zum Datensatz	36
3.3.2	Ermittlung der Bestandespreise	37
3.3.3	Weiterführende Vergleiche	39
3.4	Optimierungsansätze und Pricing der Wohnungen	41
3.4.1	Rahmenbedingungen und Hauptfaktoren	41
3.4.2	Optimierungsansätze zur Mietpreisgestaltung	42
3.4.3	Möglichkeiten zu einem effektiven Wohnungs-Pricing	43
3.5	Wohnungs-Marketing mit Fokus Preisgestaltung	45
3.5.1	Allgemeine Grundsätze im Immobilien-Marketing	45
3.5.2	Mieterverhalten und Kundenbindung	46
3.5.3	Konsequenzen für das Wohnungs-Pricing	47
4	ZUSAMMENFASSUNG	49
4.1	Problemanalyse	49
4.2	Fazit	50
5	ANHANG	52
	LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS	58
	EHRENWÖRTLICHE ERKLÄRUNG	60

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Marktsegmentierungskriterien im Preismanagement	8
Abbildung 2: Sechs Schritte der Preisbildung im Marketing	9
Abbildung 3: Funktionsschema des Mietwohnungsmarktes	12
Abbildung 4: Agglomerationsgemeinden und Stadtquartiere im Faktorenraum	22
Abbildung 5: Rating und dessen dynamische Faktoren der Zürcher Stadtquartiere 2006	23
Abbildung 6: Veränderung der Kaufkraft der Haushalte im Kanton Zürich und relative Abweichung zum Schweizer Mittelwert	24
Abbildung 7: Verteilung des Wohnungsbestandes nach Zimmerzahl	25
Abbildung 8: Entwicklung der Netto-Angebotsmieten pro Quadratmeter für Mietwohnungen, Quartale 2004 bis 2007	26
Abbildung 9: Entwicklung der Netto-Angebotsmieten für 4-Zimmer-Mietwohnungen, Quartale 2004 bis 2007	26
Abbildung 10: Interne und externe Kriterien bei der Wohnungssuche	28
Abbildung 11: Vergleich der aktuellen Wohnungsmieten zur Etage im Kreis 3	40
Abbildung 12: Inhalte einer umfassenden Mietpreisanalyse	43

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1:	Vergleich von Methoden zur Erhebung von Preisabsatzdaten	17
Tabelle 2:	Bewertungskriterien zu Wohnimmobilien	19
Tabelle 3:	Entwicklung der Wohnbevölkerung (jeweils zum Jahresende)	20
Tabelle 4:	Sozio-demographische Struktur und Entwicklung	21
Tabelle 5:	Prozentuale Abweichung der Steuerbelastung in der Gemeinde Zürich zum Schweizer Durchschnitt pro Einkommensklasse	24
Tabelle 6:	Vergleichswerte für Mietwohnungen	27
Tabelle 7:	Prozentuale Veränderung der Miete aufgrund des Gemeindetyps, Basis Grosszentren	31
Tabelle 8:	Prozentuale Veränderung der Miete aufgrund der Mikrolage	32
Tabelle 9:	Prozentuale Veränderung der Miete nach der Bauperiode des Gebäudes, Basis Baujahr 2001 bis 2003	33
Tabelle 10:	Prozentuale Veränderung der Miete aufgrund des Wohnungstyps und der Ausstattung	34
Tabelle 11:	Übersicht über die Datensätze in den Kreisen 3 und 7	36
Tabelle 12:	Bestandespreise in den Kreisen 3 und 7	37
Tabelle 13:	Vergleich Medianwerte der aktuellen Wohnungsmieten zum Beginn des Mietverhältnisses in den Kreisen 3 und 7	39
Tabelle 14:	Vergleich Medianwerte der aktuellen Wohnungsmieten zum Baujahr bzw. Datum der letzten Renovation in den Kreisen 3 und 7	40

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

Abb.	Abbildung
AG	Aktiengesellschaft
Aufl.	Auflage
BFS	Bundesamt für Statistik
bspw.	beispielsweise
BWS	Bewertungsserver
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CHF	Schweizer Franken
D	Deutschland
d.h.	das heisst
etc.	et cetera
ETH	Eidgenössische Technische Hochschule
f.	folgende
gem.	gemäss
GV	Gebäudeversicherung
Hrsg.	Herausgeber
inkl.	inklusive
max.	maximal
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
Mt.	Monat
MV	Mietvertrag
NK	Nebenkosten
NZZ	Neue Zürcher Zeitung
ÖV	Öffentlicher Verkehr
Q.	Quartal
resp.	respektive
S.	Seite

SIA	Schweizerischer Ingenieur- und Architektenverein
u.a.	unter anderem
usw.	und so weiter
v.a.	vor allem
vgl.	vergleiche
W&P	Wüest & Partner AG
WP	Wärmepumpe
z.B.	zum Beispiel

1 EINLEITUNG

1.1 Ausgangslage und Arbeitsthesen

«Every man has his price.»

Sir Robert Walpole

Das obige, zugegebenermassen etwas ketzerische, Sprichwort kann ebenso wie auf jeden Menschen, besser noch auf jedes Gut bezogen werden. Im Falle dieser Master Thesis handelt es sich um das Gut Wohnen, genauer gesagt, Mietwohnen. Für einen Mieter einer in Frage kommenden Wohnung gibt es bei deren Auswahl viele Entscheidungskriterien die eine Wohnung erfüllen muss oder sollte. Dieser Entscheidungsprozess ist äusserst komplex und von Mensch zu Mensch, aufgrund seiner jeweiligen Präferenzen, verschieden. Neben dem Mieter ist der Eigentümer einer bestehenden Liegenschaft der zweite Hauptteilnehmer auf dem Mietwohnungsmarkt. Er bietet seine Wohnungen und somit seine Wertanlagen auf dem Markt an und erwartet im Gegenzug von den Mietern eine Entschädigung für den Gebrauch seines Eigentums. Diese beiden Parteien bilden damit Angebot und Nachfrage auf dem Mietwohnungsmarkt. Im Falle von projektierten Wohnbauten wird der Eigentümer durch Gruppen von Entwicklern und Investoren ersetzt oder ergänzt. Eine der grössten Schwierigkeiten für die Gruppe der Anbieter ist die Bestimmung des tatsächlich bzw. maximal möglichen Preises den sie für eine Wohnung am Markt realisieren können. Ebenso stellt sich die Frage, inwiefern Preisunterschiede zwischen den einzelnen Wohnungen innerhalb des Gebäudes bestehen und falls vorhanden, von welchen Faktoren sie abhängen. Diese Fragen der Preisbestimmung unter Berücksichtigung diverser Gegebenheiten sind somit von höchster Marktrelevanz und stehen im Hauptinteresse der oben erwähnten Anbietergruppen.

An dieser Stelle sei erwähnt, dass es sich bei der vorliegenden Master Thesis in ihrem Thema um eine „Pionierarbeit“ handelt. Auf dem Gebiet der Preisdifferenzierung von Mietwohnungen innerhalb des Gebäudes sind mir, auf konzeptioneller Ebene innerhalb der Schweiz, keine bestehenden Abhandlungen zu dieser konkreten Fragestellung bekannt.

Arbeitsthesen

Vor dem Hintergrund der vorliegenden Fragestellung der «Preisdifferenzierung von Mietwohnungen innerhalb des Gebäudes» werden zwei Arbeitsthesen aufgestellt und andiskutiert, welche sich im Verlauf der Vorbereitung auf das Thema von grossem Interesse herauskristallisierten. Eine abschliessende Behandlung dieser Thesen ist im Rahmen einer Master Thesis aber nicht möglich.

These 1: Nur wenige, implizite Faktoren prägen die Wohnungsmiete.

In der Praxis der Immobilienbewertung herrscht die Meinung vor, dass die einzig wirklich ausschlaggebenden Punkte für den Wert einer Liegenschaft und somit der darin bestehenden Wohnungen die Lage, die Lage und nochmals die Lage ist. Ist dem wirklich so und wenn nein, welche anderen Werttreiber existieren bzw. bestehen vermutete Wertindikatoren, welche tatsächlich nur von sekundärer Bedeutung sind?

These 2: Ein Immobilieneigentümer kann die Qualität und somit den Ertrag seiner Liegenschaft massgeblich beeinflussen.

Bedingt durch Standortwahl und diverse Qualitätsfaktoren welche eine Liegenschaft identifizieren, bestehen für den Eigentümer unzählige Möglichkeiten, eine objektbezogene Strategie zu verfolgen. Fortführend kann hier nicht nur aus der Perspektive eines einzelnen Gebäudes sondern auch aus Sicht einer einzelnen Wohneinheit argumentiert werden. Lohnt sich eine Investition oder intensiver Unterhalt in eine „gute“ Liegenschaft/Wohnung an einem „schlechten“ Standort bzw. lässt sich diese Frage auch bei umgekehrten Vorzeichen stellen?

1.2 Zielsetzung

Das angestrebte Ergebnis der vorliegenden Arbeit ist die Diskussion der vorgängig erwähnten Arbeitsthesen sowie die konzeptionelle Erarbeitung und Erklärung dieser für den Anbietermarkt relevanten Aussagen, aufgrund welcher differenzierte Preisgestaltungen der einzelnen Wohnungen innerhalb eines Gebäudes erfolgen können. Dabei soll aufgezeigt werden, welche hauptsächlichen Einflussfaktoren den Preis treiben und wie sich zusätzliche Marketing-Massnahmen, unter Berücksichtigung psychologischer Aspekte seitens der bestehenden bzw. potentiellen Mieter, auf ein optimales Wohnungs-Pricing auswirken. Oder anders formuliert: Wie kann bei positiver Beeinflussung der einzelnen Bestimmungsfaktoren einer Wohnung der Liegenschaftsertrag für den Eigentümer gegenüber dem bestehenden Wert bzw. Gesamtnutzen erhöht werden, ohne dabei die Belange und Bedürfnisse der Mieterschaft zu vernachlässigen?

1.3 Vorgehen

Die gesamte Arbeit gliedert sich grundsätzlich in zwei Teilbereiche. Als Erstes werden die Grundlagen für eine Preisdifferenzierungsmethodik im Mietwohnungswesen definiert. In diesem Teil wird v.a. die Anwendbarkeit der bestehenden Theorie der allgemeinen Preisdifferenzierung für das Gut Wohnen überprüft. Es werden hauptsächlich Ansätze aus der Mikroökonomie, dem Preismanagement sowie des Marketing beleuchtet und durch Informationen aus durchgeführten Experteninterviews ergänzt. Weiter werden die besonderen Merkmale des Marktgutes Wohnung sowie bestehende Modelle der hedonischen Wohnungsbewertung betrachtet. Eine Analyse der bestehenden Fakten soll danach mit einem Ansatz für eine Preisdifferenzierung im Mietwohnungswesen den Grundlagenteil abschliessen und in den Anwendungsteil der Arbeit überleiten.

Der Schwerpunkt der Master Thesis und eine damit verbundene Detailanalyse liegt in der methodischen Betrachtung bezüglich eines marktgerechten Pricing von Mietwohnungen unter Berücksichtigung der im Grundlagenteil erarbeiteten Aspekte. Dabei im Mittelpunkt stehen die wichtigsten Faktoren der Preisbildung, das effektive Pricing der Wohnungen sowie ein darauf aufbauendes Wohnungs-Marketing. Als Datengrundlage und Betrachtungsfeld dienen, neben bestehenden Analysen, unabhängig bewertete Wohnliegenschaften in den Kreisen 3 und 7 der Stadt Zürich (vgl. Übersicht der Stadtkreise im Anhang A). Diese Anordnung wurde getroffen, da es sich bei diesen Kreisen um zwei (stadt-)typische Wohnquartiere mit unterschiedlicher Dynamik und Bausubstanz handelt und sowohl von den existierenden als auch erarbeiteten Datenmenge eine differenzierte Betrachtung zulassen.

In einer Problemanalyse im Schlussteil werden die erlangten Erkenntnisse und Resultate kritisch gewürdigt. Diese Resultate sollen als Hilfsmittel für Eigentümer, Entwickler und Investoren dienen, um bei der Preisfestlegung ihrer auf dem Wohnungsmarkt platzierten oder zu platzierenden Wohnungen einen für sie optimalen Liegenschaftsertrag zu generieren.

Der Inhalt der vorliegenden Arbeit geht bewusst nur auf den monetären, ertragsseitigen Teil sowie den dazugehörigen Marketing-Funktionen des Gebietes Mietwohnungswesen ein. Sämtliche kostenseitige sowie für die Arbeit nicht relevante mietrechtliche und bautechnische Aspekte werden ausgeblendet. Ebenso werden exogene Einflüsse auf den Wohnungsmarkt als gegeben betrachtet und nicht eingehend erklärt. Weiter sei erwähnt, dass bezüglich des Themas Preismanagement als solches leider keine aktuellere Literatur gefunden werden konnte.

Ein spezieller Dank gilt der Firma Wüest & Partner, welche mir ihre umfangreichen Datensätze und Informationen zum Wohnungsmarkt bereitwillig zur Verfügung gestellt hat.

2 GRUNDLAGEN

2.1 Theorie der Preisbildung und -differenzierung

2.1.1 Ansatz der Mikroökonomie

2.1.1.1 Relevante Märkte

Bei einer Betrachtung der Preisdifferenzierung aus volkswirtschaftlicher Sicht, kann der Fokus natürlich nicht alleine auf Angebot und Nachfrage reduziert werden. Makroökonomische Zusammenhänge eines Landes beeinflussen die Entwicklung der verschiedenen Märkte erheblich. Internationale Beziehungen, Bruttoinlandprodukt, Konjunkturgang der einzelnen Wirtschaftssegmente, Zins-, Einkommens- und Steuerentwicklungen sind wesentliche Bestimmungsfaktoren einer Marktsituation. All diese Komponenten beeinflussen in ihrer positiven oder negativen Ausprägung hauptsächlich die Nachfragesituation auf den lokalen Märkten.¹ Ein typischer Vertreter für einen solchen Markt ist der Wohnungsmarkt. Er besitzt einen solchen binnenwirtschaftlichen und ausgeprägten lokalen Charakter. Das heisst, der Wohnungsmarkt kann zwar national betrachtet werden, tatsächlich herrschen aber enorme Unterschiede zwischen den einzelnen Landesregionen, u.a. auch bedingt durch staatliche Interventionen wie Steuern oder Subventionen. Durch diese Marktunvollkommenheit und lokalen Unterschiede ergeben sich somit Mietpreisdifferenzen bei angebotenen Wohnungen auf dem Wohnungsmarkt welche tatsächlich grösser sind als deren entsprechenden Kosten- und Qualitätsunterschiede.² Auch kann der Wohnungsmarkt generell nicht als allein stehend betrachtet werden, da er eng mit dem Kapitalmarkt und dem Baumarkt verflochten ist. Beide dieser eben erwähnten Märkte sind Bestandteil der Angebotsseite auf dem Wohnungsmarkt. Der Kapitalmarkt bestimmt die Immobilienpreise und ist deshalb für das Verhalten der Investoren (Eigentümer) von grosser Bedeutung. Der Baumarkt, sei es durch Neubau- oder Abbruchtätigkeit, regelt das effektive Angebot an Wohnungen, den so genannten Wohnungsbestand. Zusammen mit der Nachfrageseite der Mieter und deren individuellem Konsumverhalten bezüglich der Höhe ihrer jeweiligen Ausgaben für Wohnen definieren diese die Höhe der jeweiligen Marktmiete auf dem Wohnungsmarkt. Der Wohnungseigentümer muss sich bei der Angebotspreisbildung aber immer bewusst sein, in welcher Marktsituation er sich gerade befindet bzw. wie sich der Trend bezüglich Wohnen für den jeweiligen Standort verändern könnte.

¹ Vgl. Ecoplan & Fahrländer Partner (2007), S. 18.

² Vgl. Mändle / Galonska (1997), S. 655.

2.1.1.2 Preisbildung bei Konkurrenz

Eine Preisbildung unter Konkurrenz der Anbieter (Wohnungseigentümer) gestaltet den Normalfall für den Schweizerischen Wohnungsmarkt. Das aggregierte Angebot aller Wohnungen entspricht hier der tatsächlich nachgefragten Menge durch die Haushalte und bestimmt somit die Höhe des Preises. Der Gleichgewichtspreis definiert sich im Preis-/Mengen-Diagramm im Schnittpunkt der Funktionen sämtlicher exogenen Variablen und Restriktionen. Diesen Funktionen unterliegen die Haushalte in ihrem Konsum und Anbieter in deren Bereitstellung. Dieser Preis ist somit von beiden Seiten mehr oder weniger unbeeinflussbar, zwingt dabei aber alle Anbieter, deren preisbildendes Durchschnittskostenminimum über dem Gleichgewichtspreis liegt, zum Ausscheiden aus dem Markt.³ Es herrscht vollständige Konkurrenz unter den Anbietern was eine Preisdifferenzierung verunmöglicht.

2.1.1.3 Preisbildung bei monopolistischen Marktformen

Ein solches Modell treffen wir im Wohnungsmarkt meist in den engeren Agglomerationen attraktiver Zentren, in gewissen Tourismusgebieten sowie an Seen und anderen landschaftlich attraktiven Lagen an.⁴ Natürlich findet sich nicht nur ein, für ein Monopol typischer Anbieter auf dem Markt wieder, aber durch die starke Nachfrage nach Wohnraum bei einem knappen Angebot, bzw. fehlende oder eingeschränkte Nachfrageelastizität, tritt genau eine solche Marktconstellation auf. In einer solchen Form ist es für den Anbieter einfacher eine Gewinnmaximierung zu erreichen, da die absetzbare Menge vom Güterpreis abhängt.⁵

In dieser Marktform besteht auch die Möglichkeit der horizontalen und vertikalen Preisdifferenzierung. Horizontale Preisdifferenzierung durch Anpassung der Preise eines Gutes aufgrund der vorhandenen bzw. nicht vorhandenen Preiselastizität der Nachfrage auf den unterschiedlichen regionalen oder sektoralen Teilmärkten als auch vertikale Preisdifferenzierung nach Zahlungsbereitschaft der Konsumenten. Hier entsteht für den Nachfrager aufgrund seiner Zahlungsbereitschaft abzüglich des vorgegebenen Einheitspreises für ein bestimmtes Gut eine Konsumentenrente. Aufgrund der Marktmacht und somit der Möglichkeit der Preisbestimmung des monopolistischen Anbieters, erfolgt aber auch hier, durch Aneignung der gesamten Konsumentenrente, eine Maximierung des Gewinnes zu seinen Gunsten.⁶ Auch gilt die Form der zeitlichen Preisdifferenzierung. Diese liegt dann vor, wenn für vergleichbare Wohnungen je nach der Dringlichkeit der Nachfrage zu verschiedenen Zeitpunkten unterschiedlich hohe Mieten ge-

³ Reetz (1999), S. 124f.

⁴ Fahrländer (2007), S. 23.

⁵ Vgl. Mandle / Galonska (1997), S. 655 oder Reetz (1999), S. 138.

⁶ Vgl. Reetz (1999), S. 144f.

fordert werden.⁷ Die Preise der Anbieter stehen aber immer in einer gegenseitigen Substitutionskonkurrenz, d.h. die nachgefragte Menge ist nicht mehr nur von seinem eigenen Preis abhängig, sondern auch von den Preisen aller anderen Güter derselben Qualität.

2.1.2 Ansatz des Preismanagements

2.1.2.1 Preisbildungsverfahren

Die Bestimmung des Preises für ein bestimmtes Gut kann auf zwei verschiedene Arten erfolgen. Zum einen stehen Methoden der statischen Preisermittlung und zum anderen Methoden des dynamischen Preisbildungsverfahrens zur Verfügung.

Statische Methode:

Die häufigste Bestimmung des optimalen Preises erfolgt mittels der linearen Preisabsatzfunktion. Im Preis-/Mengendiagramm werden Erlöse und Kosten linear abgetragen und nach Auflösung der Bedingung «Grenzerlös gleich Grenzkosten» nach dem Preis erhält man den optimalen Preis. Dieser liegt genau auf der Mitte zwischen den variablen Stückkosten und dem Maximalpreis.⁸ Zur Bestimmung der Stückkosten oder generell des Preises stehen bei dieser Art der Preisbestimmung auch diverse Hilfsverfahren zur Verfügung. Zwei der wichtigsten Methoden sind hier die Kosten-Plus-Preisbildung, bei welcher zur Preisbestimmung ein prozentualer Aufschlag auf die Stückkosten erfolgt, und die Deckungsbeitragsrechnung. Bei der Deckungsbeitragsrechnung wird ermittelt, wie hoch der Beitrag des Erlöses eines Gutes sein muss, damit die fixen und variablen Kosten, welche bei der Produktion bzw. beim Betrieb anfallen, gedeckt sind. Dabei können als Kriterien die Break-Even-Menge oder der maximale Gesamtdeckungsbeitrag zugrunde gelegt werden.⁹

Dynamische Methode:

Eine dynamische Betrachtungsweise der Preisabsatzfunktion hat grundsätzlich zur Folge, dass die Zeitdimension explizit berücksichtigt werden kann. Mit der Einbringung dieser Dimension erfolgt aber eine Erhöhung der Komplexität und kann somit eine einfache, praktische Umsetzung erschweren. Diese Methode erbringt aber zum anderen eine grössere Realitätsnähe und ist deshalb, bei bestimmten Anwendungen, häufig angeraten, da sie der meist herrschenden Marktdynamik mit deren Determinanten wie bspw. Lebenszyklus und Wettbewerb Rechnung tragen kann.¹⁰

⁷ Mändle / Galonska (1997), S. 655f.

⁸ Simon (1992), S. 164.

⁹ Simon (1992), S. 149 und 152f.

¹⁰ Weiterführende Betrachtungen dieser Methode vgl. Simon (1992), S. 239-251.

2.1.2.2 Preisdifferenzierung

Grundlage für die Preisdifferenzierung sind die grossen Potenziale zur Gewinnsteigerung durch Ausnutzung von Unterschieden des spezifischen Nutzens eines Gutes bzw. des möglichen Maximalpreises. Solche Unterschiede treten v.a. zwischen einzelnen Marktsegmenten bzw. Nachfragern als auch Produkten auf.

Die Identifikation von Marktsegmenten umfasst die Festlegung von Segmentierungskriterien, die Definition der Segmente auf der Basis dieser Kriterien und schliesslich die Operationalisierung von Segmenten, die für eine spätere Marketingstrategie ansprechbar sind. Diese Schritte sind interdependent, d.h. erkennt man, dass die Segmente nicht operational abgrenzbar sind, so ändert man die Segmentierungskriterien und redefiniert die Segmente. Die Kriterien, auf deren Basis Marktsegmente definiert werden, müssen folgende Anforderungen erfüllen:

- Verhaltensrelevanz
- Messbarkeit, Beobachtbarkeit
- zeitliche Stabilität
- Bezug zur Marktbearbeitung, d.h. Möglichkeit für den differenzierten Einsatz der Marketinginstrumente.¹¹

Zumeist beziehen sich Marktsegmentierungskriterien auf Merkmale der Käufer und lassen sich gemäss der folgenden Abbildung strukturieren.

¹¹ Vgl. Simon (1992), S. 364f.

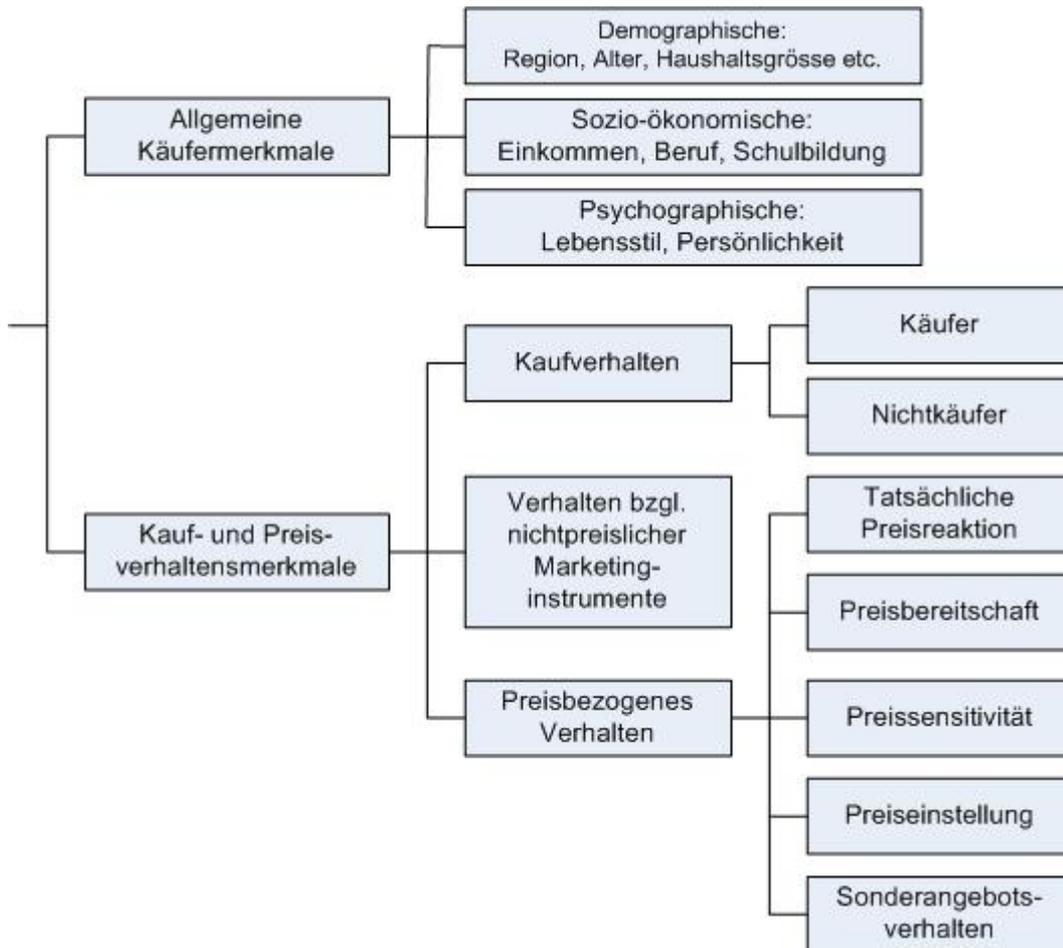


Abbildung 1: Marktsegmentierungskriterien im Preismanagement
Quelle: Simon (1992), S. 365.

Ein Dilemma der Marktsegmentierung besteht jedoch in der Tatsache, dass die verhaltensbezogenen Merkmale der Nachfrager meist schlecht beobachtbar, für die segment-spezifische Marktbearbeitung aber unmittelbar relevant sind. Unter Zuhilfenahme verschiedener Methoden wie z.B. einer sukzessiv eingesetzten, multiplen Regressionsanalyse oder simultanen Clusterung, werden diese Verhaltensstrukturen versucht auf allgemeines und somit beobachtbares Käuferverhalten anzugleichen. Schlussendlich bleibt aber die Frage offen, wie signifikant der tatsächliche Zusammenhang zwischen allgemeinen und verhaltensbezogenen Käufermerkmalen ist. Die Definition der Marktsegmente erfolgt auf normativer Ebene unter Berücksichtigung der vorgängig erwähnten Preisbildungsverfahren sowie der mikroökonomischen Ansätze. Die als letzter Schritt folgende Operationalisierung der Marktsegmentierung beruht auf nachstehenden Aspekten:

- Regionale Preisdifferenzierung
- Zeitliche Preisdifferenzierung
- Preisdifferenzierung nach Käufermerkmalen (vgl. Abb. 1)

- Preisdifferenzierung in Verbindung mit unterschiedlichem Einsatz nichtspezifischer Marketinginstrumente, wie z.B. Produktdifferenzierung.¹²

Bei der Preisdifferenzierung nach Produkten wird im Preismanagement auf die Theorie der horizontalen Preisdifferenzierung unter monopolistischer Marktform verwiesen. Gewinnmaximierung erfolgt hier dank Kreuzpreiselastizität der beiden Produkte, d.h. bei steigenden Preisen auf dem einen, erhöht sich der Absatz auf dem anderen Teilmarkt. Das Vorhandensein substitutiver oder komplementärer Bedingungen innerhalb gleicher Produktfamilien führt dazu, dass der optimale Preis unter Berücksichtigung dieser Beziehungen von demjenigen Preis abweicht, der sich bei isolierter Betrachtung eines Produktes ergibt. Rein substitutive Beziehungen führen somit zu höheren Preisen. Rein komplementäre Zusammenhänge zu niedrigeren Preisen. Die Neueinführung von Produkten kann auch die optimalen Preise der etablierten Produkte verändern. Auch die Elimination von Produkten hat Einfluss auf die Preise der verbleibenden Produkte.¹³

2.1.3 Ansatz des Marketings

2.1.3.1 Preisbildungsverfahren

Das Preisbildungsverfahren nach marketingtechnischen Prinzipien schliesst einen umfassenderen Kreis um das eigentliche Preismanagement wie wir es im vorgehenden Kapitel kennen gelernt haben. So stellt sich für das Unternehmen (Anbieter) nicht nur die Frage der Preispolitik, ins Zentrum muss auch die Qualität des angebotenen Produktes rücken. Dabei gilt es Folgendes zu beachten:

- Preis und Qualität bestimmen den Wertgewinn für die Kunden
- Der Wertgewinn des Kunden bestimmt unter Wettbewerb das Absatzvolumen
- Das Absatzvolumen bestimmt die Kosten
- Aus Absatzvolumen, Kosten und Preis resultiert der Gewinn des Unternehmens.¹⁴

Wieder auf den Preis fokussiert, stellt das eigentliche Verfahren der Preisfestlegung nur ein Teilschritt im tatsächlichen Preisfindungsprozess dar. Die Preisbestimmung kann dabei anhand des nachstehenden Ablaufes erfolgen.

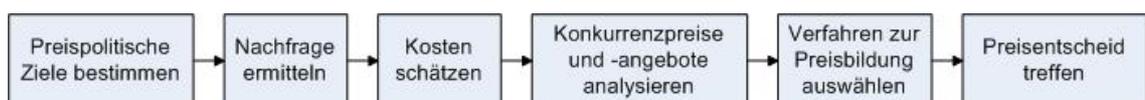


Abbildung 2: Sechs Schritte der Preisbildung im Marketing
Quelle: Kotler / Keller / Bliemel (2007), S. 592.

¹² Vgl. Simon (1992), S. 391-396.

¹³ Vgl. Simon (1992), S. 426-429 sowie für den Immobilienmarkt Mändle / Galonska (1997), S. 656.

¹⁴ Kotler / Keller / Bliemel (2007), S. 590.

Die preispolitische Zielsetzung erfolgt anhand der Selbstwahrnehmung bzw. der gewollten Positionierung der anbietenden Unternehmung auf dem Markt. Dazu muss sich die Unternehmung Fragen bezüglich Fortbestandes, (kurzfristiger) Gewinnmaximierung, Qualitätsführerschaft und anderer Preisbildungsziele stellen. Bei der Nachfrageermittlung stellt sich erneut das Problem der Identifizierung der Preiselastizität in einem bestimmten Nachfragermarkt. Zur Ermittlung der herrschenden Nachfragefunktion kann auf Vergangenheitsdaten zurückgegriffen, Preisexperimente in denen die Auswirkung von Preisvariationen auf die Absatzmenge ermittelt oder Kundenbefragungen bzgl. Wert eines bestimmten Produktes durchgeführt werden. Für die Kostenschätzung muss die bestehende und anfallende Kostenstruktur berücksichtigt werden. Dabei stellt sich häufig der positive Effekt der abnehmenden (Stück-)Kosten aufgrund der zunehmenden Erfahrung innerhalb eines Unternehmens ein. Eine Analyse der Konkurrenzpreise und -angebote erlaubt eine grobe Festlegung des eigenen Angebotspreises. Dieser Preis wird zwischen der Preisobergrenze gegeben durch die Marktnachfrage und Preisuntergrenze anhand der Kostenstruktur der Unternehmung liegen. Preisbildungsverfahren sind wie bereits erwähnt statische und dynamische Verfahren, wobei hier die in ihrer Handhabung einfacheren statischen Methoden bevorzugt werden. Sie sollen den Preisbereich bestimmen, von dem aus schliesslich die endgültige Preisentscheidung getroffen wird. Hier müssen abschliessend weitere Aspekte berücksichtigt werden, nämlich die psychologischen Auswirkungen, der Einfluss anderer Elemente im Marketing-Mix, die preispolitischen Grundsätze des Unternehmens und die Auswirkungen der Preisentscheidung auf andere Beteiligte.¹⁵

2.1.3.2 Preismodifizierung

Als wichtigste Massnahmen in der Preismodifizierung bzw. -differenzierung sind hier drei Punkte zu erwähnen.

- Die bereits mehrfach erwähnte geographische Preismodifizierung (Marktsegmentierung).
- Die diskriminierende Preismodifizierung, bei welcher ein Unternehmen das gleiche Produkt zu zwei oder mehreren Preisen anbietet, ohne das dabei ein wesentlicher oder direkter Kostenbezug existiert. Preismodifizierungen bestehen bzgl. Kundensegmenten, Image, Raum und Zeit. Damit die diskriminierende Preismodifizierung funktioniert, müssen bestimmte Bedingungen gegeben sein. Erstens muss der Gesamtmarkt segmentierbar sein und in den einzelnen Segmenten muss die Nachfrage unterschiedlich sein. Zweitens sollen Kunden im Segment, das den niedrigeren Preis zahlt, nicht die Möglichkeit haben, ihrerseits das Produkt an Kunden im Hochpreissegment wei-

¹⁵ Vgl. Kotler / Keller / Bliemel (2007), S. 592-622.

ter zu verkaufen. Drittens sollten die Kosten der Marktsegmentierung und -überwachung nicht höher sein als die zusätzlichen Einnahmen aus der Preismodifizierung. Und viertens darf die gewählte Form der Preismodifizierung nicht rechtswidrig sein.

- Die Preisabstufung im Produktverbund. Die Abstufungen sollten Unterschiede in den Kosten, im Wert der Ausstattung für den Kunden sowie die Preise der Konkurrenz berücksichtigen. Zusätzliche Preisabstufungen können bei Sonderausstattungen bzw. bei der Generierung von Zusatznutzen für den Kunden oder der Einbindung von Beiprodukten erfolgen.¹⁶

2.2 Marktgut Wohnen

2.2.1 Besonderheiten und Merkmale des Wohnungsmarktes

Für das Marktgut Wohnen bzw. die Wohnung als solches gilt als Bestandteil eines Gebäudes selbstverständlich die gleichen Voraussetzungen wie für den gesamten Immobilienmarkt. Kurz zusammengefasst zeigen sich folgende Hauptpunkte:

Besonderheiten Immobilie/Wohnung

- Standortgebundenheit
- Heterogenität
- Höhe des Investitionsvolumens
- Länge des Lebenszyklus
- (begrenzte) Substituierbarkeit

Besonderheiten Immobilienmarktes

- Räumliche, sachliche Teilmärkte
- Geringe Markttransparenz
- Abhängigkeit von der Entwicklung der Volkswirtschaft
- Geringe Anpassungselastizität an Marktveränderungen
- Zyklizität

Konzentrieren wir uns dabei auf den Mietwohnungsmarkt und die darin „gehandelten“ Mietwohnungen. Das eigentliche Mietobjekt, die Wohnung, besteht aus zwei Teilen, dem Wohnungstyp und dem Wohnstandort. Die wichtigsten Teileigenschaften des Wohnungstyps sind:

- Wohnungsart (Etagenwohnung oder Spezialwohnung)
- Wohnungsgröße (Zimmerzahl und Fläche)
- Wohnungsalter (nach Baujahr des Gebäudes und Renovationen).

Diese Eigenschaften sind materielle Werte und stehen in einem klaren und für jedermann logischen Zusammenhang zu dem dafür zu bezahlenden Mietzins. Der Mietzins

¹⁶ Vgl. Kotler / Keller / Bliemel (2007), S. 624-634.

bildet somit die dritte Komponente im Mietwohnungsmarkt. Wie kann es dennoch dazu kommen, dass für eine 2-Zimmer-Wohnung mehr bezahlt werden muss als für eine 4-Zimmer-Wohnung? Oder für eine neue Wohnung weniger als für eine alte? Dies hat mit dem zweiten Teil des Mietobjektes zu tun, dem Wohnungsstandort. Die dabei mietzinsrelevante Eigenschaft wird als Standortgüte bezeichnet. Die wichtigsten Teileigenschaften der Standortgüte sind:

- Beziehungspotenzial (als Makrolage, z.B. Anzahl der Arbeitsplätze welche vom Standort aus erreichbar sind)
- Umweltbedingter Eigenwert (als Mikrolage, gleich der Summe aller positiven und negativen Umwelteinflüsse auf den Standort).

Diese Eigenschaften sind immaterielle Werte und für den dafür zu bezahlenden Mietzins wesentlich schwieriger zu bestimmen. Ebenso beeinflussen exogene Faktoren den Mietzins. Das heisst, derselbe Wohnungstyp mit derselben Standortgüte wird von demselben Mieter zu zwei verschiedenen Zeitpunkten, aufgrund der für ihn bestehenden Umstände, etwas anders bewertet.¹⁷

Anhand dieser drei Komponenten kann ein Gesamtbild des Mietwohnungsmarktes mit den darin bestehenden Abhängigkeiten aufgezeichnet werden.

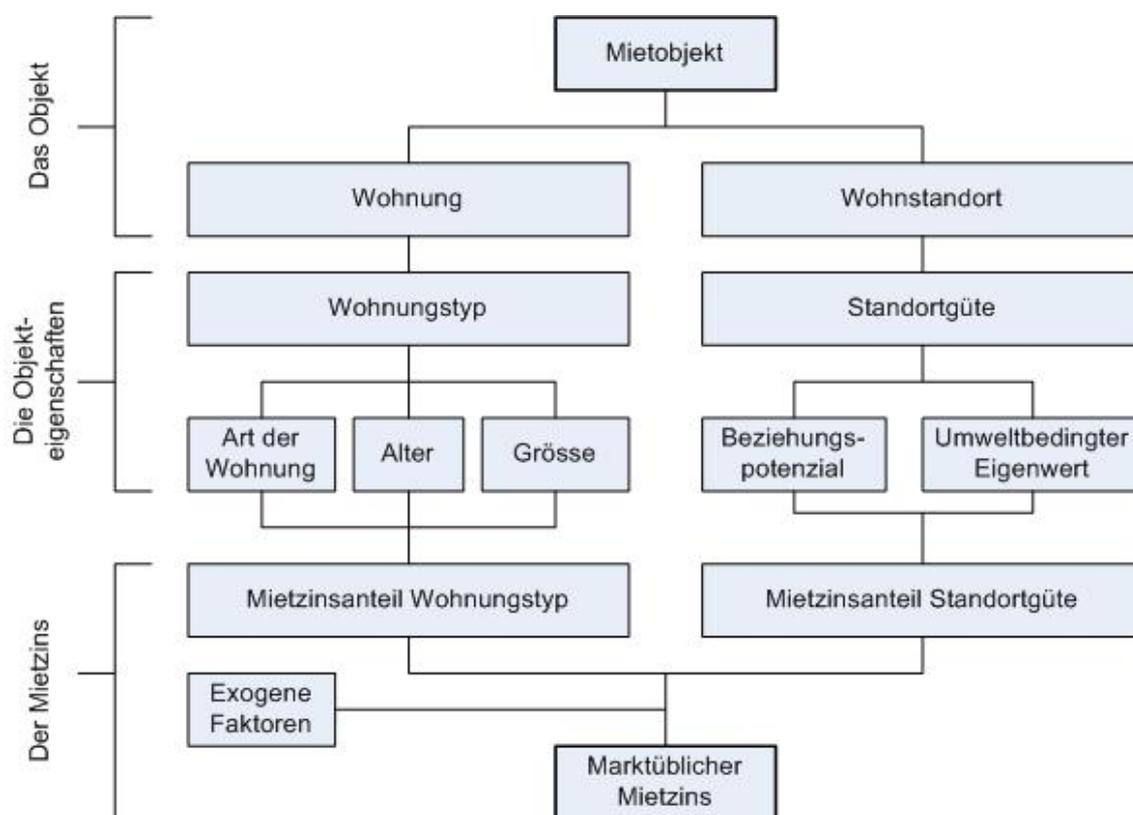


Abbildung 3: Funktionsschema des Mietwohnungsmarktes
Quelle: Geiger (2006), S. 15.

¹⁷ Vgl. Geiger (2006), S. 12-14.

Ebenfalls zu erwähnen bleibt, dass ein Angebotsmarkt und der Markt der bestehenden Mietverhältnisse den Mietwohnungsmarkt bilden.

2.2.2 Bedeutung für Eigentümer und Mieter

Für den Eigentümer bedeutet das Marktgut Wohnen primär eine Wertanlage und bildet gleichzeitig auch ein Vehikel zur Geldvermehrung, d.h. der Eigentümer oder auch Vermieter strebt grundsätzlich eine maximale Rendite an.¹⁸ Dies erstaunt nicht in Anbetracht des monetären Gesamtvolumen alleine des Mietwohnungsmarktes. Der Gesamtwert wurde im Jahr 2006 auf CHF 535 Mrd. geschätzt, was einem knappen Drittel des gesamten Immobilienmarktes der Schweiz entspricht. Im Jahr 2000 anhand der letzten Volkszählung wurde vom BFS eine Erhebung bezüglich der Eigentumsverhältnisse der Mietwohnungen durchgeführt. Hier zeigt sich, dass gut 58% der Immobilien sich im Besitz Privater befindet, 22% durch institutionelle Anleger, 8% durch Genossenschaften und der Rest durch übrige Marktteilnehmer gehalten werden. Die hohe Quote der privaten Eigentümer ist traditionell bzw. erbrechtlich, aber auch durch Mangel an adäquaten Anlageprodukten bedingt. Das Halten von Immobilien als direkte Wertanlage aufgrund ihrer Risiko-/Renditeerwartung ist nicht nur unter den Gesichtspunkten der Diversifikation attraktiv.¹⁹ Gemäss Konjunkturforschung wird ebenfalls ein vorübergehender Nachfrageanstieg speziell bei den Mietwohnungen erwartet. Eine Zunahme der Population der jungen Generation (erstes eigenes Wohnobjekt gleich Mietwohnung) sowie der wachsende Ausländeranteil (Zuwanderung aufgrund starker Konjunkturlage in der Schweiz) wird eine Mehrnachfrage nach Mietwohnungen, speziell in den Zentren und deren Agglomerationsräumen nach sich ziehen. In Kombination mit der weiterhin hohen Preisdynamik und einem im Jahr 2007 weiter um zwei Prozentpunkte zunehmenden Preiswachstum gestaltet sich die, zumindest kurzfristige, Zukunft der Immobilieneigentümer im Mietwohnungsmarkt als weiterhin aussichtsreich.²⁰

Aus der Sichtweise des Mieters besteht für ihn natürlich ein Grundbedürfnis nach Wohnraum. Er wählt einen Wohnstandort und ein für ihn, unter Berücksichtigung seiner zu diesem Zeitpunkt herrschenden Prämissen, in Frage kommendes Mietobjekt. Der gewinnorientierte Eigentümer strebt wie erwähnt eine maximale Rendite an. Im Gegensatz dazu sucht der Mieter aber nicht den minimalen Mietzins. Er zahlt primär für den Genuss bzw. den Nutzen, den er aus dem Mietobjekt zieht. Der Mieter als Hedonist, der somit bereit ist, im Rahmen seiner finanziellen Mittel soviel für ein Objekt zu bezahlen wie ihm die Summe aller Genüsse bzw. deren Eigenschaften wert sind. Das wiederum heisst, dass die Bereitschaft des Mieters deutlich mehr für eine Wohnung zu bezahlen

¹⁸ Vgl. Haupt (2002), S. 22.

¹⁹ Vgl. Geltner / Miller (2001), S. 140-146.

²⁰ Vgl. Credit Swiss Economic Research (2007), S. 13 und 21.

als für den Vermieter zur Deckung seiner Kosten nötig wäre, bei Erfüllung all seiner Nutzenansprüche, durchaus vorhanden ist.²¹

2.3 Bestehende Modelle der hedonischen Wohnungsbewertung

Die Bestimmung von ortsüblichen Mietpreisen für vergleichbare Wohnungen und damit implizit die Bestimmung der marktüblichen Zu- und Abschläge auf den Mietpreis, lässt sich als Ziel vieler anbietender Teilnehmer am Wohnungsmarkt aufzählen. Im Rahmen der hedonischen Theorie kann das Ziel so formuliert werden, dass untersucht wird, welche Charakteristika auf Basis bestimmter nutzen- bzw. kostentheoretischer Überlegungen als positiv oder negativ durch die ökonomischen Agenten (Haushalte und Unternehmungen) eingestuft werden.²² Demnach setzen sich heterogene Güter wie Wohnungen aus einem Bündel von einzelnen, Nutzen stiftenden, Eigenschaften zusammen, für die auf impliziten Märkten durch das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage ein impliziter Preis entsteht. Nach diesem ökonometrischen Ansatz ergibt die Summe der impliziten oder eben auch hedonischen Preise der jeweils separat betrachteten Eigenschaften den Einheitspreis. Diese hedonischen Preise werden so bezeichnet, da sie im Gegensatz zum Einheitspreis nicht explizit beobachtbar sind. Somit ist es mit den hedonischen Modellen möglich, die heterogenen Anlageklassen von Immobilien bzw. Wohnungen in homogene Eigenschaften zu zerlegen und deren Einfluss auf den Mietertrag zu bestimmen. Bei der Betrachtung von Wohnungen wäre z.B. von Interesse, welche marginalen Preise den einzelnen Charakteristika zugeordnet werden können bzw. welche Preisaufschläge/-abschläge sich bezüglich einer normativ zu definierenden Standardwohnung durch unterschiedliche Ausstattungs- oder Umgebungsmerkmale ergeben.²³

Somit kann die eigentliche Zielfunktion, welche unter Durchführung von statistischen Regressionsanalysen ermittelt wird, als gegeben betrachtet werden. Die zu bestimmende Größe ist der Mietertrag respektive der Mietpreis, die den Mietpreis bestimmenden Immobilienqualitäten sind die dazu erklärenden Variablen. Die zu schätzenden Parameter (Regressionskoeffizienten) repräsentieren folglich die hedonischen Preise der Mieter für die entsprechende Eigenschaft. Zugleich stellen Regressionskoeffizienten die impliziten bzw. hedonischen Preise für die jeweiligen Eigenschaften der Immobilie oder Wohnung dar.

²¹ Vgl. Geiger (2006), S. 10f.

²² Vgl. Haupt (2002), S. 21.

²³ Vgl. Haupt (2002), S. 23 sowie Haase / Kytzia (2007), S. 57.

Die allgemeine Form des hedonischen Modells lässt sich mathematisch wie folgt darstellen:

$$R_i = f[x_i^{(1)}, x_i^{(2)}, \dots, x_i^{(K)}] + \varepsilon_i$$

Die Zielgrösse R ist der Mieterertrag/-preis, der über die Funktion von den erklärenden Variablen $x_i^{(1)}, x_i^{(2)}, \dots, x_i^{(K)}$, den Qualitätsfaktoren mit ihren impliziten Preisen, abhängt. Der Parameter i entspricht der Indexmenge der Beobachtungen und der Parameter K der Indexmenge der erklärenden Variablen. Der Ausdruck wird mit dem Zufallsfehler ε vervollständigt. Mit Annahme der linearen Funktion f lässt sich das Modell in eine multiple lineare Regression überführen.

In der Schweiz bestehen bereits mehrere hedonische Modelle, v.a. im Bereich des Wohnungsmarktes. So erstellte Thalman bereits 1987 erstmals ein hedonisches Modell für Wohnimmobilien, welches Einflussfaktoren auf den Mietzins von Wohnungen in der Stadt Lausanne aufzeigte. Weitere Arbeiten in diesem Bereich sind von Geiger (2000), Scognamiglio im gleichen Jahr, Fahrländer und Hausmann (2001) oder Fierz und Rieder im Jahr 2005 veröffentlicht worden. Zusätzlich wurden von Banken und Beratungsunternehmen die hedonischen Bewertungsmethoden und Immobilienindizes forciert.

Der Vorteil solcher empirisch fundierter Analysen ist die Möglichkeit der Gegenüberstellung der subjektiven Erwartungen und Ansichten von Immobilienexperten mit den objektiven Einschätzungen und Beurteilungen anhand einer Modellrechnung. Durch die objektivierte Darstellung der Vergleichswerte können Entscheidungen unterstützt und verbessert werden. Eines der zentralen Probleme der hedonischen Bewertungsmodelle ist aber der, v.a. in der Literatur herrschende, Dissens bezüglich des Umfangs einer geeigneten Auswahl von (Wohnungs-)Charakteristika die Eingang in die hedonische Preisfunktion finden sollen.²⁴

2.4 Ansatz zur Preisdifferenzierung im Mietwohnungswesen

2.4.1 Vorgaben an den Eigentümer

Die unterschiedlichen Eigentümer müssen sich im Klaren sein, welchen Zweck sie mit ihrer Liegenschaft bzw. ihrem gesamten Immobilienportfolio verfolgen wollen. Agieren sie aus gemeinnützigen Zwecken und stellen z.B. günstigen Wohnraum zur Verfügung oder betreiben sie Gewinnmaximierung und versuchen eine für sie optimale Rendite aus den Objekten zu ziehen. Dies sind sicherlich zwei der Hauptgründe für Immobilieneigentum. Eine individuelle Objektstrategie für jedes Gebäude ist somit von äusserster Wichtigkeit. Die aktuellen Mieterträge sowie das am jeweiligen Standort der Liegenschaft herrschende Preisniveau beeinflussen dabei die zu wählende Strategie genauso

²⁴ Vgl. Haase / Kytzia (2007), S. 57f und 71 sowie Haupt (2002), S. 23f.

wie strukturelle Eigenschaften. Je nach Positionierung der einzelnen Gebädefaktoren empfiehlt sich eine Fortführung, strukturelle Optimierung oder gar ein möglicher Ersatzneubau. Diese Ansätze der Werterhaltung aus der spezifischen Betrachtungsweise des Objektes (bottom-up) als auch, falls vorhanden, des gesamten Portfolios (top-down), sollen den Eigentümer zu einer Maximierung des Gegenwartwertes (Present Value) führen. Das heisst, wie bereits kennen gelernt, an denjenigen Punkt, bei welchem die Grenzkosten gleich dem Grenzertrag sind. Der Fokus dieser Arbeit liegt auf dem gewinnorientierten Eigentümer, welcher an einem Fortführungsszenario seiner Liegenschaften interessiert ist. Grundlage dafür bildet eine positive Ertragslage. Das heisst die Erlöse aus der Liegenschaft müssen höher sein als die Kosten. Der Eigentümer ist dadurch angehalten, mittels Wirtschaftlichkeits- bzw. Deckungsbeitragsrechnung dafür zu sorgen, dass er über die Zeit einen nachhaltigen Gewinn aus seiner Liegenschaft erwirtschaften kann, zudem dienen ihm diese Methoden zur Preisbildung für die zu erhebenden Mindestmieten.²⁵

Weiter gilt es für den Eigentümer seine Liegenschaften wie auch seine Zielgruppen (Mieter als Kunde) zu segmentieren. Eine so genannte Clusterung dient dem Eigentümer die verschiedenen Variablen des Wohnungsmarktes zu bestimmen als auch eine für ihn vereinfachende Marktübersicht zu erhalten. Hauptkategorien solcher Trennvariablen zur Segmentierung können geographischer, demographischer und psychografischer Natur sein.²⁶ Wobei das erste Kriterium hauptsächlich auf die Liegenschaften zutrifft, die letzten beiden Kriterien die Kundengruppen bzw. die Marktgegebenheiten am entsprechenden Standort beschreiben. Zu einer eigentlichen Einteilung der Liegenschaften in ein bestimmtes Portfolio bzw. zur Bestimmung der Güte eines Gebäudes ist speziell ein so genanntes Objekt-, bzw. reduziert auf die einzelnen Gebäudeeinheiten, Wohnungs-Rating geeignet (vgl. dazu Kapitel 3.1.1.1).

2.4.2 Methoden zur Preisdifferenzierung

Die in den vorangegangenen Grundlagentexten vorgestellten Verfahren und Ansätze zur Preisbildung bzw. -differenzierung stehen als theoretische Ausgangspunkte für verschiedene Typen von Preisen bei unterschiedlichen Marktbedingungen. Sie vereinen sowohl quantitative als auch qualitative Teileigenschaften des Gutes und versuchen in ihrer Summe einen tatsächlichen Preis abzubilden. Im Mietwohnungsbereich heisst das für den Eigentümer, eine möglichst exakte Angleichung seiner Mieten an das Mietpotenzial einer Wohnung zu erreichen. Daten zur empirischen Preisoptimierung können mit Hilfe verschiedener Methoden gewonnen werden, wobei hier für das Produkt die eigentliche Mietwohnung steht.

²⁵ Vgl. Simon (1992), S. 549-553.

²⁶ Vgl. Kotler / Keller / Bliemel (2007), S. 365-384 sowie Abb. 1.

Eigenschaft	Methoden				
	Expertenbefragung	Kundenbefragung		Preisexperimente	Marktdaten
		<i>Direkt</i>	Conjoint Measurement ²⁷		
Validität	mittel	<i>eher niedrig</i>	mittel-hoch	mittel-niedrig	hoch
Reliabilität	mittel-hoch	<i>ungewiss</i>	ungewiss	hoch	niedrig
Kosten	sehr niedrig	<i>mittel-niedrig</i>	mittel	ja	abhängig von Verfügbarkeit und Zugang
Anwendbarkeit neue Produkte	ja	<i>fraglich</i>	ja	ja	nein
Anwendbarkeit etablierte Produkte	ja	<i>ja</i>	ja	ja	ja
Gesamtbeurteilung	besonders geeignet für neue Produkte	<i>eingeschränkt geeignet</i>	sehr geeignet	geeignet	besonders geeignet für etablierte Produkte

Tabelle 1: Vergleich von Methoden zur Erhebung von Preisabsatzdaten
Quelle: Simon (1992), S. 109.

Da das Mietpotenzial aber aufgrund der verschiedenen Wohnungstypen und -standorte wie auch der zeitlichen Differenzierung mit einer stetigen Unsicherheit belegt ist, ist es von Vorteil, sich auf unterschiedlichste Datenquellen abzustützen.²⁸

Solche Quellen sind:

- Angebotspreise (z.B. Mietpreis-Quantile von W&P, hedonische Preisermittlungsmodelle)
- Bestandespreise (z.B. durch Befragungen von Mietern)
- Vergleichspreise ausserhalb des Objektes (z.B. Zeitungsinserate, Maklerinformationen oder homegate.ch – inkl. Abfrage Angebotsmietindex für verschiedene Regionen der Schweiz. Vorsicht: Einzelpreise! Kontext innerhalb des Gebäudes wichtig.)
- Vergleichspreise innerhalb des Objektes (z.B. neuere Vertragsabschlüsse).

Anhand dieser verschiedenen Methoden und möglicher Datenquellen gilt es nun den effektiv zu erzielenden Preis für eine bestimmte Wohnung zu eruieren. Wichtig dabei ist es, sowohl den Preis pro Wohnung und Monat (bzw. Jahr) zu bestimmen, diesen aber auch mit dem dafür entsprechenden Preis pro Quadratmeter zu verifizieren.

²⁷ Die Preiswirkung wird indirekt aus Kundenaussagen zur Präferenz abgeleitet. Der Befragte muss dabei eine konkrete Aussage zu Nutzen und Preis des Produktes treffen. Vgl. Simon (1992), S. 126.

²⁸ Vgl. Geltner / Miller (2001), S. 243-245 oder Schulte (2005), S. 441.

2.4.3 Konklusion

Die Ansätze zur Differenzierung der Preise im Mietwohnungswesen sind also so vielfältig wie die Quellen zu deren Bestimmung. Ein Methoden-Mix drängt sich somit auf und eine mannigfache Berücksichtigung der wichtigsten quantitativen und qualitativen Wohnungsmerkmale ist unablässig. Ebenso sind durchdringende Markt- und Mieterkenntnisse für den Eigentümer von Liegenschaften im Mietwohnungsbereich von grosser Wichtigkeit. Die Beschaffung von Informationen um eine gewisse Transparenz in diese Bereiche zu bringen bietet ihm die Möglichkeit die Qualität und somit den Ertrag seiner Liegenschaft massgeblich zu beeinflussen. Diese Überlegungen und Vergleiche sind Inhalt der folgenden Kapitel.

3 VERGLEICHE ZUR PREISDIFFERENZIERUNG IM MIETWOHNUNGSWESEN

3.1 Faktoren der Preisbildung

3.1.1 Einflüsse seitens des Eigentümers

Wie im Grundlagenkapitel erwähnt, muss sich der Eigentümer einer Liegenschaft über drei fundamentale Fragen im Klaren sein. Diese Fragen lauten:

- Welche Einstellung bezüglich Liegenschaftsrendite verfolge ich?
- Welche Strategie lege ich welchem Objekt zu Grunde?
- In welchem Marktumfeld befindet sich die entsprechende Liegenschaft?

Die erste Frage wurde für die Master Thesis bereits beantwortet. Es sei angenommen, dass es sich um einen gewinnorientierten Eigentümer handelt, welcher auch im Besitz von mehreren Liegenschaften sein kann. Er ist dabei an einer generellen Fortführung des Liegenschaftsbestandes interessiert. Die beiden nächsten Fragen werden im Folgenden abgeklärt.

3.1.1.1 Strategie zum Objekt

In erster Linie geht es um eine Bestandesaufnahme der Liegenschaft und der sich darin befindlichen Wohnungen und Nebenräume. Dabei muss eine Gebäudeanalyse bezüglich Qualität der Lage und Gebäudeeigenschaften durchgeführt werden. Eine Bewertung der Liegenschaft kann nach folgenden Punkten erfolgen:

Bewertung	Hauptkriterium	Unterkriterium
Mikrolage	Wohnlage innerhalb Gemeinde	Hanglage, Aussicht, Besonnung, Image usw.
	Erschliessung ÖV	Bahnhof, Verbindungen, Frequenz
	Infrastruktur	Einkaufsmöglichkeiten, Schulen, Kultur usw.
Nutzbarkeit	Grundrissqualität	Zweckmässigkeit, gefangene Zimmer (ja/nein), Raumbezüge, natürliche Belichtung usw.
	Flexibilität	Nutzungsmöglichkeiten der Zimmer, Möblierbarkeit, zuschaltbare Zimmer
	Erschliessung/Parkierung	Anzahl und Art der Parkiermöglichkeiten, Verbindung zu Wohnungen, Eingangsbereich
	Nebenräume	Abstellräume, Einbauschränke
Standard	Raumverhältnisse	Zimmerfläche, Raumhöhe, Anzahl Nasszellen
	Materialisierung	Ausbaustandard, Fenster, Fassade, Beläge
	Technik	Heizung, Wärme-/Wasserverteilung, Lüftung, Elektroanlage, Schliesssystem
Zustand	Aussenhülle	Fassaden, Fenster, Dach
	Innenausbau	Oberflächen, Abnutzung, Schäden
	Haustechnik	Sämtliche technischen Anlagen

Tabelle 2: Bewertungskriterien zu Wohnimmobilien

Quelle: In Anlehnung an Erstellung Qualitätsprofil Liegenschaftsbewertung W&P.

Die Bewertungskriterien Mikrolage, Nutzbarkeit, Standard und Zustand sowie deren Hauptkriterien werden für ein ganzes Portfolio einheitlich prozentual gewichtet und bezüglich der Unterkriterien negativ (5), durchschnittlich (3) oder positiv (1) bewertet. In dieser Skala von 1 bis 5 multipliziert mit dem Faktor für die Gewichtung ergibt sich ein individuelles Objektrating, welches die Güte jeder einzelnen Liegenschaft abbilden soll (vgl. Beispiele mit Gesamtgewichtung Anhang B). Der entsprechende Wert liegt dabei zwischen 1 (sehr gut) und 5 (sehr schlecht). Dieses Prinzip entspricht der aus der Betriebswirtschaftslehre bekannten Nutzwertanalyse. Ein solches Rating kann auf die Massstäblichkeit jeder einzelnen Wohnung angepasst werden. Das gesamte Rating muss nun in ein Verhältnis zum Alter des Gebäudes gebracht werden. Anhand der Zustandsbeurteilung sowie der Lebenszyklen der einzelnen Bauteile können nun die Sanierungszyklen pro Gebäude(-teil) auf das gesamte Portfolio abgestimmt werden. Eine Gesamtbetrachtung dieser Faktoren sowie der Bewertung ergibt einen Ist-Zustand, anhand dessen das Potenzial der Liegenschaft besser erkennbar wird und somit eine gezielte Objektstrategie verfolgt werden kann.

3.1.1.2 Markt- und standortbedingte Einflüsse

Durch den Erwerb oder Erhalt (z.B. Erbe) einer Liegenschaft an einem bestimmten Ort, entscheidet sich der Eigentümer indirekt auch für einen, durch die Immobilität der Sache, gegebenen Markt. Somit gilt es für den Eigentümer sich genauestens mit diesem Markt auseinander zu setzen und möglichst detaillierte Informationen bezüglich des Standortes zu gewinnen. Wie erwähnt, wird hier der Mietwohnungsmarkt der Stadt Zürich, speziell der Kreise 3 und 7, abgebildet.

Wohnbevölkerung und Haushalte

Die lokale Wohnbevölkerung in der Gemeinde Zürich beträgt zum Jahresende 2005 gemäss den Angaben des Bundesamtes für Statistik rund 347'500 Einwohner. Im Verlauf der letzten Jahre (Periode 2001 bis 2005) hat die Bevölkerungszahl um 2.2% zugelegt, liegt aber mit dieser Wachstumsrate deutlich unter dem gesamten Kanton Zürich.

	2001	2002	2003	2004	2005	Delta
Gemeinde Zürich	340'197	342'116	342'853	345'236	347'517	2.2%
Kanton Zürich	1'226'931	1'241'312	1'249'893	1'261'810	1'272'590	3.7%
Schweiz	7'255'653	7'313'853	7'364'148	7'415'102	7'456'128	2.8%

Tabelle 3: Entwicklung der Wohnbevölkerung (jeweils zum Jahresende)
Quelle: BFS, Auswertung Standortinformation W&P.

Davon lebten im 2003 gemäss Angaben des Statistischen Amtes der Stadt Zürich im Kreis 3 45'509 (13.3%) und im Kreis 7 33'417 (9.7%) Personen. Die Veränderung des Bevölkerungsbestandes in der Gemeinde wird zu einem wesentlichen Teil durch die Zu-

und Abwanderungen geprägt. Seit dem Jahr 1999 ist gemäss BFS das Wanderungssaldo (in Prozent der Einwohnerzahl) immer positiv und schwankt zwischen einem Wert von 0.2% bis 1.0% der Wohnbevölkerung. Gemäss Volkszählung 2000 beschreibt das BFS die Verteilung der Haushalte generell so, dass ca. zwei Drittel aller Haushalte auf Ein- und Zwei-Personen-Haushalte und der Rest auf Drei-Plus-Haushalte entfallen.

Sozio-demographische Struktur und Segregation

Die Bevölkerungsstruktur einer Gemeinde kann aufgrund verschiedener Eigenschaften charakterisiert werden. Wichtig für den Eigentümer sind diese Faktoren um zu wissen, welche Zielgruppen er an welchem Standort ansprechen kann bzw. muss. Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Kreise 3 und 7 in der Stadt Zürich anhand der Volkszählungen der Jahre 1990 und 2000. Sie zeigt somit auch die Veränderungen und Trends der einzelnen Werte.

Faktor	Kreis 3		Kreis 7		Trend
	1990	2000	1990	2000	
Statushohe Berufe Anteil am Total aller Erwerbstätigen	-	5 – 15%	-	25 – 37%	-
Statusniedrige Berufe Anteil am Total aller Erwerbstätigen	-	9 – 15%	-	3 – 6%	-
Universitätsabschluss Anteil am Total aller 25- bis 65-Jährigen	0 – 10%	0 – 20%	15 – 30%	30 – 50%	↑
Hohes Einkommen Anteil mit steuerbarem Einkommen über CHF 160'000 am Total aller Steuerpflichtigen	0 – 1%	0 – 3%	4 – 13%	6 – 12%	→
Niedrige Einkommen Anteil mit steuerbarem Einkommen unter CHF 30'000 am Total aller Steuerpflichtigen	40 – 50%	25 – 35%	30 – 40%	25 – 35%	↓
Ausländische Wohnbevölkerung Anteil am Total der Bevölkerung	10 – 30%	20 – 40%	10 – 20%	10 – 20%	↗
Kinder, Jugendliche unter 16 Jahre Anteil am Total der Bevölkerung	10 – 20%	10 – 20%	4 – 10%	4 – 10%	→
Ledige zwischen 20 und 30 Jahren Anteil am Total der 20- bis 30-Jährigen	70 – 90%	60 – 80%	80 – 90%	80 – 95%	↘
Betagte in Einpersonenhaushalten Anteil am Total der über 65-Jährigen	30 – 50%	35 – 55%	30 – 40%	25 – 45%	→

Tabelle 4: Sozio-demographische Struktur und Entwicklung
Quelle: Heye / Leuthold (2004), S. 86-115.

Anhand der Tabelle zeigen sich klare Unterschiede zu den beiden Quartieren. Generell kann gesagt werden, dass im Kreis 3 die einkommensschwächere Bevölkerung mit

niedrigerem sozialem Status lebt. Der Ausländer- und Kinderanteil und somit der Familienanteil ist in diesem Kreis ebenfalls höher.²⁹

Dieses Bild zeichnet sich ebenfalls in dem für das Jahr 2000 erstellten Faktorenraum bezüglich Status der Zürcher Agglomerationsgemeinden und Stadtquartiere in Kombination mit den von der entsprechenden Bevölkerung bevorzugten Lebensstilen. Generell pflegen die Stadtzürcher Quartiere einen eher individualisierten Lebensstil, das Quartier Fluntern im Kreis 7 zeigt dabei auch den höchsten Status der ganzen Stadt Zürich.

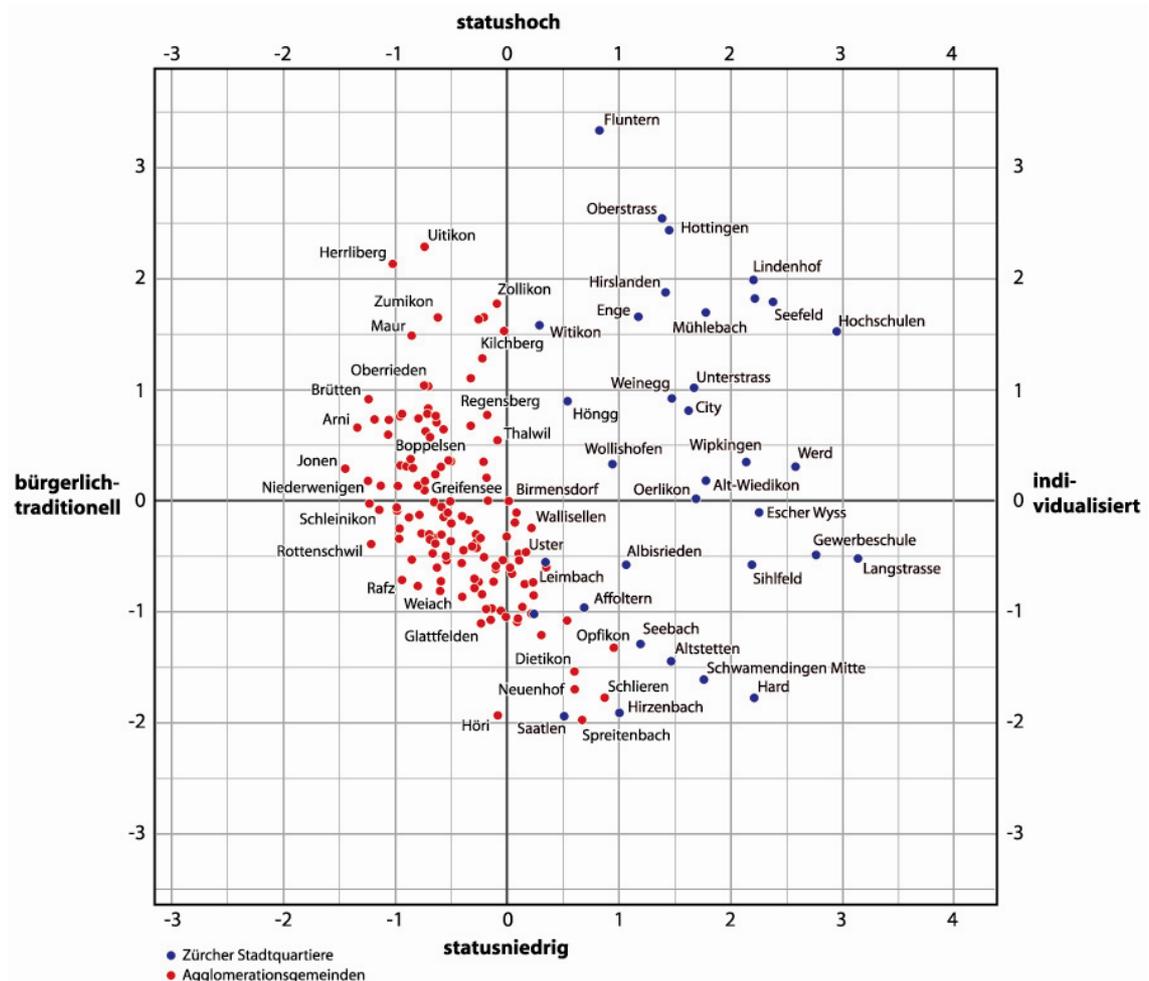


Abbildung 4: Agglomerationsgemeinden und Stadtquartiere im Faktorenraum
Quelle: Heye / Leuthold (2004), S. 44.

Greift man auf Daten des Immobilienberatungsunternehmens Wüest & Partner zurück, so wird für das Standort- und Markttrating für die Stadt Zürich die Bestnote «sehr gut» vergeben. Im innerstädtischen Vergleich schneiden aber die einzelnen Quartiere ebenfalls sehr unterschiedlich ab. Das vorliegende Rating berücksichtigt sowohl statische Niveaufaktoren als auch dynamische Indikatoren, welche Veränderungen über die Zeit

²⁹ Statistik Stadt Zürich (2005), S. 23f.

abbilden. Durch den Vergleich der dynamischen Faktoren des Standort- und Marktratings mit dem aktuell gültigen Rating können interessante Erkenntnisse zur zukünftigen Entwicklung der Stadtquartiere gewonnen werden. So zählt der Kreis 7 bspw. dank einem überdurchschnittlichen Wert bezüglich Standort- und Marktrating (Mikrolage) zu den gesuchtesten Wohnlagen der Stadt. Am dynamischsten präsentiert sich die Entwicklung gegenwärtig im Quartier Escher-Wyss, wo allerdings erst 0.4% des städtischen Wohnungsbestandes auszumachen sind.³⁰ In der folgenden Abbildung stehen die Kreisdurchmesser relativ zum gesamten Wohnungsbestand der Stadt Zürich.

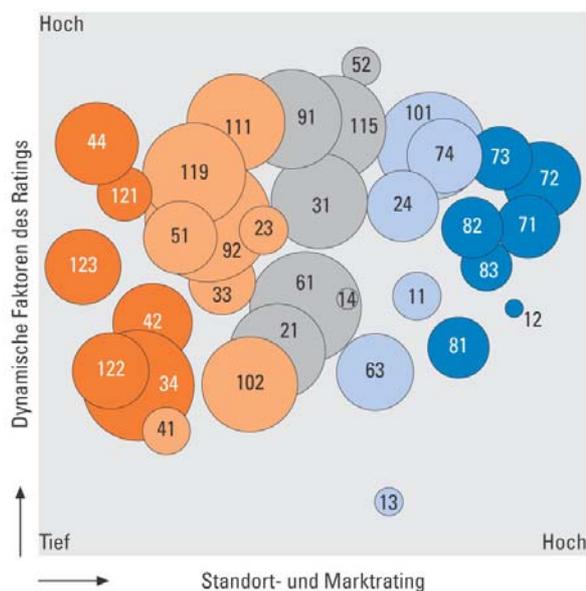


Abbildung 5: Rating und dessen dynamische Faktoren der Zürcher Stadtquartiere 2006
Quelle: Wüest & Partner (2006), S. 78.

Kaufkraft

Als Konsequenz der sozio-demographischen Struktur muss die Kaufkraft der Haushaltungen für die einzelnen Kreise der Stadt Zürich unterschiedlich ausfallen und deshalb separat betrachtet werden. In einem kantonalen Vergleich fällt die Veränderung der Kaufkraft 2002 zu 2004 mit 13% für die Gemeinde Zürich durchschnittlich aus. Generell können aber, bis auf wenige Ausnahmen, alle Gemeinden im Kanton Zürich als äusserst kaufkräftig bezeichnet werden. Die Gemeinde Zürich liegt im Jahr 2004 gut 10% über dem Schweizerischen Mittelwert.

³⁰ Wüest & Partner (2006), S. 78f.

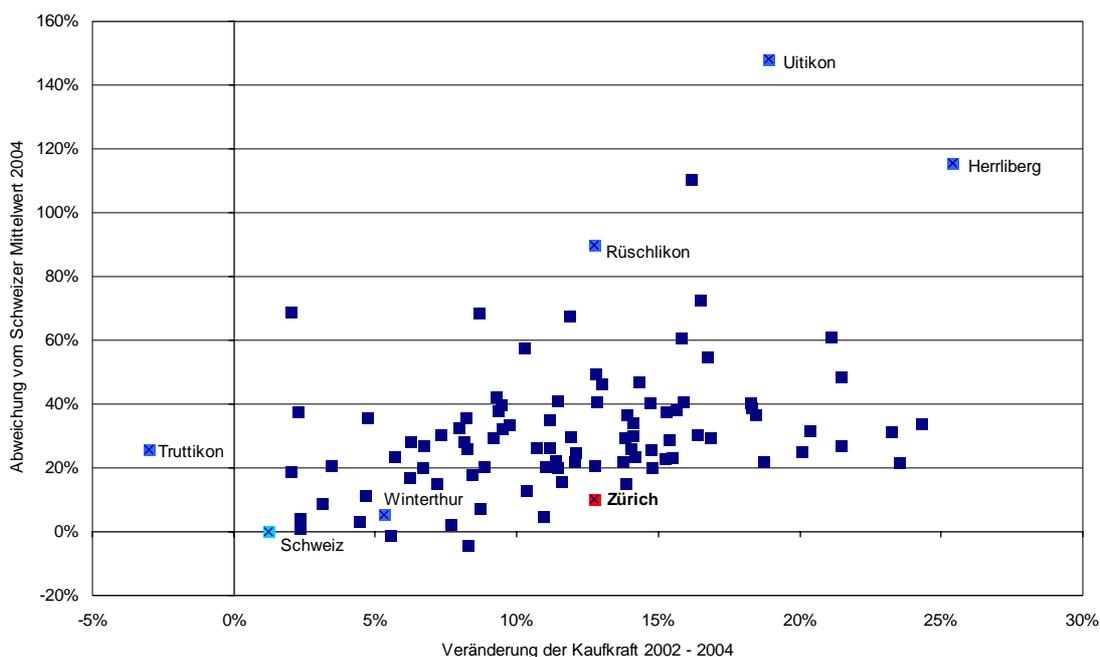


Abbildung 6: Veränderung der Kaufkraft der Haushalte im Kanton Zürich und relative Abweichung zum Schweizer Mittelwert
 Quelle: Auswertung Standortinformation Zürich W&P, IHA-GfK AG.

Steuern, lokale Wirtschaft und Beschäftigte

Die Abweichung der Steuerbelastung (Totalsteuer) für die steuerpflichtigen Einwohner der Gemeinde Zürich vom Schweizer Durchschnitt ist in allen Einkommensklassen und über alle Haushaltstypen frappant. Vor allem bei den tieferen Bruttoeinkommen bis CHF 60'000. Die Gemeinde Zürich kann sicher innerhalb des Kantons Zürich als steuerlich sehr attraktive Gemeinde bezeichnet werden.

	CHF 60'000	CHF 120'000	CHF 180'000	CHF 240'000
Gemeinde Zürich	-33%	-23%	-18%	-14%

Tabelle 5: Prozentuale Abweichung der Steuerbelastung in der Gemeinde Zürich zum Schweizer Durchschnitt pro Einkommensklasse
 Quelle: Tribut Steuerdaten 2006, Auswertung Standortinformation Zürich W&P.

In Zürich bilden zum ersten Quartal 2007, gemäss Daten der Firma Teledata, folgende Branchen den Hauptteil des Firmenbestandes: Beratung und Dienstleistung (54%), Gross-/Detailhandel (18%), Banken und Versicherungen (11%) sowie Industrie und Gewerbe (7%). Rund 88% der Beschäftigten verteilen sich dabei im Dienstleistungssektor, v.a. in den Bereichen Kredit/Versicherungen, Vermittlung/Information, Handel und Gesundheitswesen sowie 12% im Industriesektor.

Wohnungsbestand

Die letzten genauen Erhebungen bezüglich Wohnungsbestandes in den Kreisen der Stadt Zürich stammen aus dem Jahr 2003. Zu diesem Zeitpunkt stehen Total 200'590 Wohnungen zur Verfügung. Gemäss Baustatistik des BFS sind für die Stadt bis Ende 2005 nochmals ca. 2'050 neue Wohnungen erstellt worden, was einer Investitionssumme von CHF 1.19 Mrd. entspricht. Von diesen Investitionen entfallen 2005 ca. 84% auf Mietwohnungen, 12% auf Eigentumswohnungen und 4% auf Einfamilienhäuser. Die Verteilung des Wohnungsbestandes in den Kreisen 3 und 7 präsentiert sich im Jahr 2003 wie folgt:

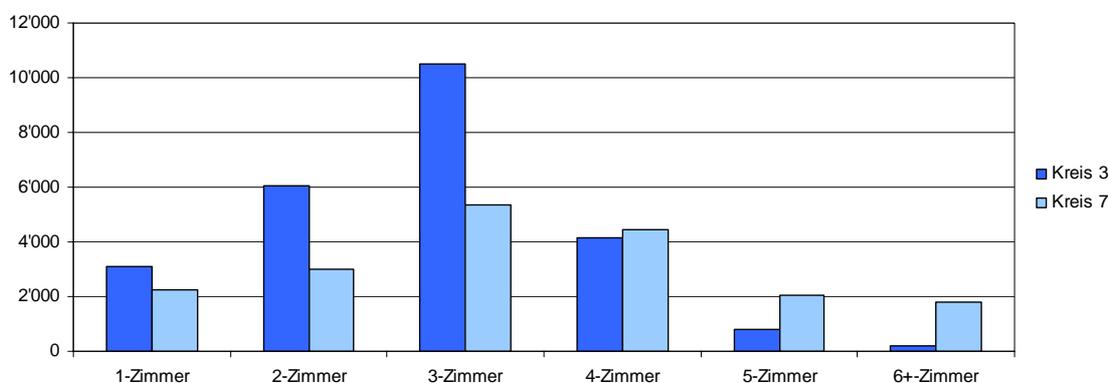


Abbildung 7: Verteilung des Wohnungsbestandes nach Zimmerzahl
Quelle: Statistik Stadt Zürich (2005), S. 22.

Die gesamte Wohnfläche beträgt für den Kreis 3 1'738'095m². Auf die 24'820 Wohnungen verteilt ergibt sich eine durchschnittliche Wohnfläche pro Wohnung von 70.0m² sowie gemessen an der Wohnbevölkerung ca. 38m² pro Person. Der Kreis 7 mit Total 1'774'705m² und 18'939 Wohnungen im 2003 kommt auf den höheren Durchschnittswert von 93.7m² und ca. 53m² pro Person. Diese Werte spiegeln sich ebenfalls in der Zimmerverteilung der einzelnen Kreise wieder, wobei halbe Zimmer abgerundet werden.³¹

Per Ende 2006 stehen gemäss BFS in der Gemeinde Zürich nur gerade 0.1% der Mehrfamilienhaus-Wohnungen leer. Diese Tatsache erhärtet den Fakt, dass es sich in der Stadt Zürich um einen absoluten Anbietermarkt im Bereich Wohnen handelt und sich die Anbieter in einer quasi Monopolstellung befinden.

³¹ Zusätzliche Informationen bezüglich Eigentümerart vgl. Statistik Stadt Zürich (2005), S. 27.

Mietpreisspektren Angebotsmieten

Die relevante Bandbreite der Mietwohnungsangebote in den Kreisen 3 und 7 bewegen sich im ersten Quartal 2007 im Bereich von CHF 198 bis 328 pro Quadratmeter und Jahr Wohnfläche (10%- bis 90%-Quantil) für den Kreis 3 und CHF 216 bis 409 pro Quadratmeter für den Kreis 7. Der Median (50%-Quantil) der Angebote liegt im Kreis 3 bei CHF 256 / m², im Kreis 7 bei CHF 298 / m². Der Schweizweite Median für Mietwohnungen steht bei CHF 190 / m². Somit liegen die Mieten der betrachteten Kreise 35% resp. 57% höher als der Schweizer Medianwert. Ein gleiches Bild zeichnet das Beispiel einer 4-Zimmer-Wohnung in den jeweiligen Kreisen.

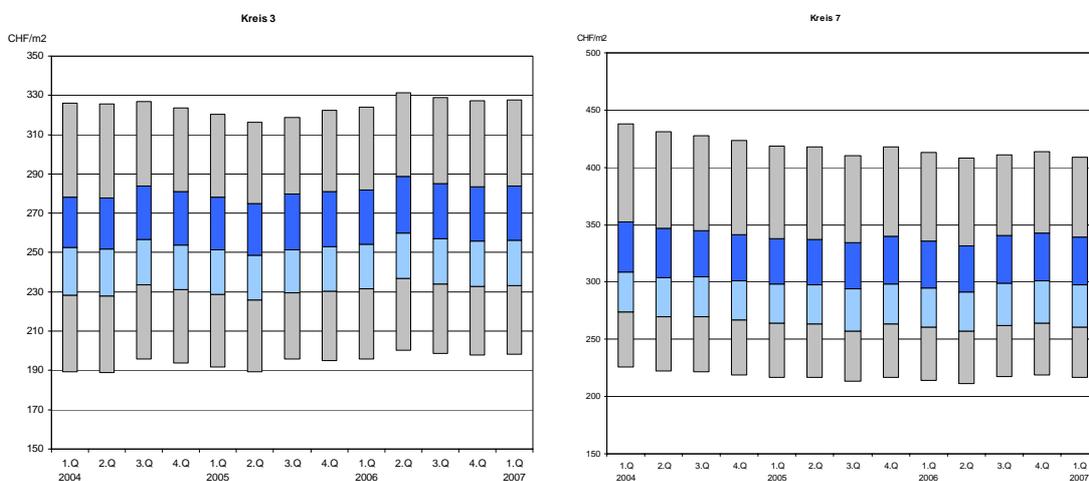


Abbildung 8: Entwicklung der Netto-Angebotsmieten pro Quadratmeter für Mietwohnungen, Quartale 2004 bis 2007
 Quelle: Wüest & Partner, Immo-Monitoring.

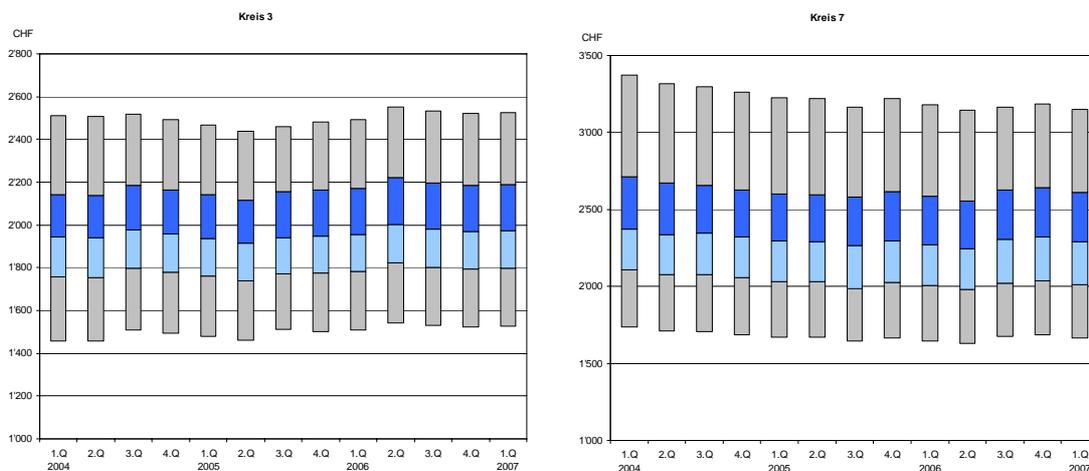


Abbildung 9: Entwicklung der Netto-Angebotsmieten für 4-Zimmer-Mietwohnungen, Quartale 2004 bis 2007
 Quelle: Wüest & Partner, Immo-Monitoring.

Mietpreisspektren Vergleichsmieten

Als so genannte Vergleichsmieten (Comparables) werden öffentlich zugängliche Angebotsmieten verwendet, welche z.B. auf dem Internet-Immobilienportal homegate.ch oder den Webpages verschiedener Kantonalbanken aufgelistet sind. Wichtig dabei zu beachten ist, dass es sich für Wohnungen typisch, um spezifische Einzelangebote handelt, welche aus dem gesamten Gebäudekontext gerissen sind. Solche Preise sind also mit einer gewissen „Vorsicht“ zu verwenden, dienen aber als weitere Richtwerte für die Preisbestimmung des eigenen Objektes. Dies v.a. auch, weil die einzelnen Wohnungen meist sehr detailliert beschrieben und bebildert sind. Für die Stadtzürcher Kreise 3 und 7 konnten beispielhaft verschiedene Comparables abgerufen werden.

Kreis	Zimmer	Etage	Fläche m ²	Nettomiete CHF/Mt.	Nettomiete CHF/m ²	NK CHF	Bruttomiete CHF/Mt.
3	2	4	52	1'090	252	215	1'305
3	3	2	60	1'475	295	215	1'690
3	4	5	120	2'625	262	225	2'850
7	2	2	88	2'350	320	200	2'550
7	3	1	75	1'793	278	127	1'920
7	4	0	94	2'467	315	250	2'717
7	5	3	155	4'481	347	469	4'950

Tabelle 6: Vergleichswerte für Mietwohnungen
 Quelle: homegate.ch - Immobilien-Angebot, www.homegate.ch (Mieten, Wohnung, ...),
 Abrufdatum: 08.07.2007.

3.1.1.3 Clusterung der Gebäude

Aufgrund der qualitativen Bewertung der Liegenschaft sowie des Standortes bzw. Marktes kann der Eigentümer nun ein Objekt- und Marktrating vornehmen.³² Eine mögliche Clusterung seines Portfolios ergibt sich somit aus dem geografischen Standort sowie den qualitativen Faktoren des Objektes. Eine weitere Möglichkeit der Clusterung wäre die Berücksichtigung von quantitativen Eigenschaften wie z.B. Ertrag pro Quadratmeter Nutzfläche. Eine solche Gruppenbildung vereinfacht dem Eigentümer die Potenziale der einzelnen Gebäude bzw. Wohnungen zu bestimmen.

3.1.2 Einflüsse seitens des Mieters

Die von der NZZ und Wüest & Partner im Jahr 2006 durchgeführte Marktforschung bezüglich Wohnverhältnisse, Wohnzufriedenheit und Wohnbedürfnisse in der Schweiz

³² Beispiel Rating Bestandesliegenschaft Wohnen vgl. Trotz (2004), S. 145-165.

ist eine seit 1988 bestehende Langzeituntersuchung, welche die Kriterien widerspiegelt, die das Gut «Wohnen» als Faktor der Lebensqualität ausmachen. Dazu wurden 2006 erneut rund 1'600 repräsentative Personen aus der deutsch- und französischsprachigen Schweiz zu diesem Thema interviewt. Die Resultate sind in der Publikation «Immo-Barometer 2006» veröffentlicht. Dabei wird deutlich, dass das Thema persönliche Wohnqualität einen zentralen Lebenswert darstellt. Zwei ihrer wesentlichsten Bestandteile, nämlich zum einen die Lage des eigenen Domizils und zum anderen dessen Einrichtung, sind von erstrangiger Bedeutung. Bei der bevorzugten Zimmerzahl liegen zurzeit die 4- bis 4½-Zimmer-Wohnungen bei knapp 40% der Befragten in der höchsten Gunst. Jeweils in einem Abstand von ca. 10% folgen Wohnungen mit 5 oder mehr Zimmern sowie die 3- bis 3½-Zimmer-Wohnungen. Kleinere Wohntypen sind mit 7% nur schwach nachgefragt. Die wichtigsten Informationsquellen für Wohnungsangebote auf dem Immobilienmarkt sind per Ende 2006 das Internet mit ca. 80% und Zeitungsinserate mit 77%. Die Bedeutung des Internets hat seit dem Jahr 2000 (40%) stetig zugenommen und per Stand heute die Zeitungsinserate überflügelt. Weitere Informationslieferanten sind Hinweise durch Freunde (55%) und direkte Erkundigungen bei den Vermietern oder Verwaltungen (41%).³³ Als Übersicht der wesentlichsten, mieterseitigen Einflussgrössen bezüglich einer Wohnung wurde auf die Darstellung der internen und externen Kriterien der Wohnungssuche zurückgegriffen. Diese stellen die Ansprüche und Wünsche an eine Wohnung mit ihrer unmittelbaren Umgebung sehr übersichtlich dar. Zudem unterscheidet sich die Ausprägung der Faktoren nicht wesentlich von denen der aktuellen Wohnzufriedenheit.

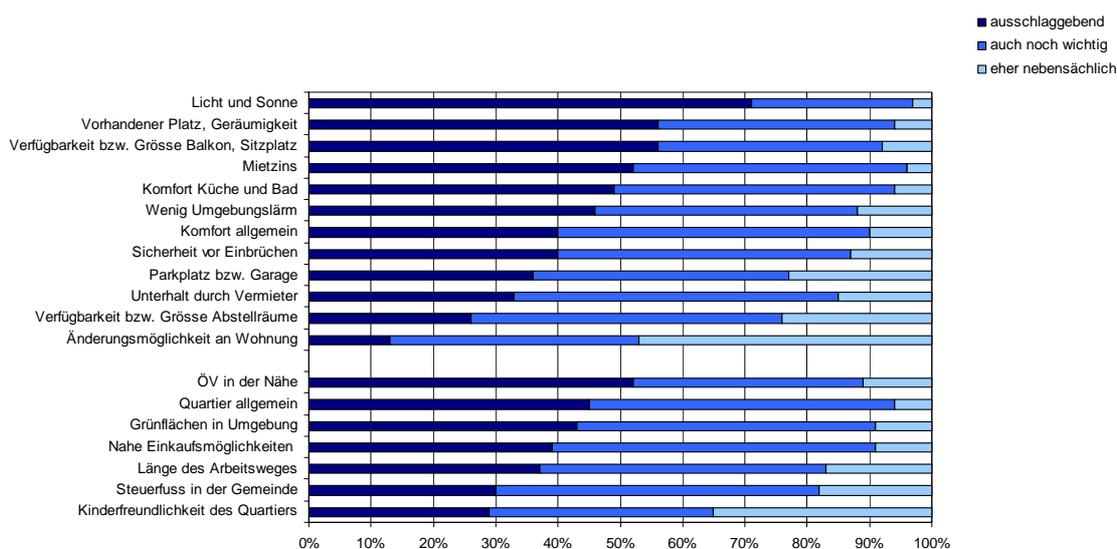


Abbildung 10: Interne und externe Kriterien bei der Wohnungssuche
Quelle: Neue Zürcher Zeitung (2006), S. 17 und 19.

³³ Vgl. Neue Zürcher Zeitung (2006), S. 5, 15 und 22.

Die aufgezeigten Kriterien können dem Eigentümer einer Wohnliegenschaft aufschlussreiche Hinweise geben, welche Faktoren er für den Neu- oder Umbau seiner Liegenschaften bzw. den Erwerb solcher zu berücksichtigen hat.

3.1.3 Abhängigkeiten und Hauptgrössen der Mietpreisbildung

3.1.3.1 Wichtige Abhängigkeiten des Mietpreises

Wie im Kapitel 2.2.1 kennen gelernt, ist der Mietpreis im Wesentlichen durch den Wohnungstyp und die Faktoren der Standortgüte, Beziehungspotenzial und umweltbedingter Eigenwert, bestimmt. Der Mietpreis steht somit spezifisch in Abhängigkeit

- vom Beziehungspotenzial: Der marktübliche Mietpreis für ein Wohnobjekt (eines bestimmten Wohnungstyps, in einem bestimmten Zeitpunkt und bei neutralem umweltbedingtem Eigenwert) hängt praktisch allein vom Beziehungspotenzial seines Standorts (Makrolage) ab. Die Beziehung (Regression) dieser Faktoren ist linear. Das heisst nicht der Gemeindetyp spielt eine übergeordnete Rolle, sondern die Lage zu oder in einem Grosszentrum bzw. einer Metropolitanregion (z.B. Zürich oder der Arc Lémanique zwischen Genf und Lausanne).
- vom umweltbedingten Eigenwert: Dieser Faktor wirkt viel lokaler und muss deshalb objektgenau festgestellt werden. Jeder Liegenschaftsstandort besitzt einen oder mehrere spezifische Plus- oder Minus-Eigenwerte. Positiv z.B. Seesicht, negativ z.B. Nähe zur Industrie. Die Gewichtung dieser Eigenwerte erfolgt für jeden Wohnungstyp und fliesst in die Mietpreisbestimmung bzw. die Regressionsgerade ein.
- vom Wohnungstyp: Jeder Wohnungstyp hat seine eigene marktübliche Mietpreisgerade. Aufgrund der Hauptfaktoren, d.h. der jeweiligen Wohnungsgrösse und des Wohnungsalters, liegen die Geraden unterschiedlich hoch bzw. sind unterschiedlich geneigt. Da die Unterschiede regelmässig sind, bilden die Mietpreisgeraden einen Fächer im Mietpreis-/Standortgüte-Diagramm. Dieser Mietpreisgeraden-Fächer ermöglicht einen vollständigen Marktüberblick.
- von der Nutzungskonkurrenz: Dies bedeutet, dass der Eigentümer eine Umnutzung seiner Liegenschaft in Betracht ziehen kann. Je nach Angebot und Nachfrage kann z.B. Büronutzung mit einem höheren Mietzins pro Fläche lukrativer sein, d.h. für den Eigentümer mehr Rendite generieren als Wohnnutzung. Gerade in städtischen Gebieten wie Zürich, mit geringer Leerstandsquote und hoher Nachfrage bzgl. Wohnfläche, kann dies aber häufig ausgeschlossen werden.

- von Verbesserungen: Primär sind hier Wohnungsrenovierungen gemeint. Für eine renovierte Wohnung liegt der marktübliche Mietzins meist ziemlich genau in der Mitte zwischen Altbau zum Erstellungsjahr und einem Neubau. Eine renovierte Wohnung gilt aber nie ganz als neue Wohnung, besitzt aber klare Vorteile bezüglich Wiedervermietbarkeit. Wichtig für den Eigentümer ist die Tatsache, dass aufgrund des Mietrechts die Investitionskosten nur in einem festgesetzten Ausmass auf den Mieter überwältigt werden können. Auch hier spielt der Standort eine mietzins- und renditerelevante Rolle. Der Eigentümer kann direkt, z.B. durch Aufwertungen innerhalb der Parzelle, oder indirekt, durch Lobbyarbeit bei der öffentlichen Hand bzw. als Stimmbürger, Einfluss auf Standortgüteverbesserungen nehmen.³⁴

3.1.3.2 Erste Bestimmung der Hauptgrössen in der Mietpreisbildung

Durch die bisherigen Analysen konnten als Hauptgrössen der Mietpreisbildung bereits verschiedene Faktoren identifiziert werden. Im Falle von Bestandesliegenschaften können diese in Grössen, welche durch den Eigentümer beeinflussbar, bedingt beeinflussbar oder als gegeben betrachtet werden müssen, aufgeteilt werden.

beeinflussbar	bedingt beeinflussbar	gegeben
<ul style="list-style-type: none"> • Sanierungs- bzw. Renovationszyklus • Wohnungsausstattung 	<ul style="list-style-type: none"> • Wohnungsaufteilung (Fläche, Zimmer) • Um-/Anbauten • Aussenflächen • Kundensegment 	<ul style="list-style-type: none"> • Standort und Markt • Lage/Ausrichtung • Wohnungstyp • Baujahr • Gebäudeetage

Die bedingt beeinflussbaren Faktoren hängen bspw. von baulich statischen, gesetzlichen oder auch nur von den vorhandenen Möglichkeiten ab. Ist der Eigentümer bzw. Investor in der Lage einen Neubau zu realisieren, so verschieben sich grundsätzlich alle Faktoren in die Kolonne der beeinflussbaren Grössen. Die Identifizierung der Ausprägung und Wirkung der einzelnen Faktoren auf den Mietpreis einer Wohnung innerhalb des Gebäudes wird nun in den folgenden Vergleichen abgeklärt.

3.2 Bestehende Auswertungen zu den Wohnungsmieten in der Schweiz

Die Grundlage für die in diesem Kapitel aufgelisteten Daten bildet die Mietpreisstrukturerhebung 2003 des BFS. Um die Lagefaktoren zu berücksichtigen wurde mit geokoordinierten Daten gearbeitet. Mittels statistischer und hedonischer Modelle wurde der Ein-

³⁴ Vgl. Geiger (2006), S. 65-87.

fluss einzelner Charakteristika auf die Höhe von Preisen bei Mietwohnungen in der Schweiz empirisch ermittelt. Bei der Interpretation der einzelnen Einflussfaktoren ist darauf zu achten, dass diese unter der in der Ökonomie üblichen Annahme *ceteris paribus* zu betrachten sind. Also sämtliche nicht untersuchten Grössen unverändert bleiben. Die dabei erwähnte Miete ist die Bruttomiete, die monatliche Nettomiete zuzüglich der Nebenkosten. Die Auswertungen lassen sich in vier Einflussfelder aufteilen.

3.2.1 Einfluss der Makrolage

Die Gliederung der Schweiz in Regionen bewirkt die Bildung von Gross-, Mittel- und Kleinzentren. Das Grosszentrum Region Lémanique weist dabei die höchsten Mietpreise auf. Zürich bildet ein weiteres Grosszentrum. Diese Zentren haben unterschiedliche wirtschaftliche, soziale etc. Anziehungskräfte auf die umliegenden oder sich darin befindenden Gemeinden. Ausgehend von solchen Grosszentren verändern sich die Mietpreise in den einzelnen Gemeindetypen. Touristische Gemeinden sind v.a. die bekanntesten Skiresorts in den Kantonen Graubünden und Wallis.

Gemeindetyp	Effekt	Gemeindetyp	Effekt
Mittelzentren	kein	Touristische Gemeinde	4.8%
Kleinzentren	-3.4%	Industrielle, tertiäre Gemeinde	-3.5%
Suburbane Gemeinde	kein	Ländliche Pendler-Gemeinde	kein
Einkommensstarke Gemeinde	kein	Agrar-gemischte Gemeinde	-5.0%
Periurbane Gemeinde	kein	Agrar-Gemeinde	kein

Tabelle 7: Prozentuale Veränderung der Miete aufgrund des Gemeindetyps, Basis Grosszentren
Quelle: Rieder (2005), S. 35.

In Gemeinden mit tiefen Steuern ist erwartungsgemäss mehr Miete zu zahlen (vgl. Zürich). Sinkt der Wert des Steuerindikators SQI um 1%, erhöht sich die Miete um 0.15%. Die scheint auf den ersten Blick wenig, ergibt aber im Vergleich der steuergünstigsten zur teuersten Gemeinde eine Mietpreisdifferenz von 16.6%. Ein hoher Erreichbarkeitsindikator bzw. gute Verkehrsanbindung, hohe Branchenattraktivität und ein höheres Haushaltseinkommen in einer Gemeinde lassen den Mietpreis marginal ansteigen. Eine Erhöhung einer spezifizierten Ausländergruppe bewirkt hingegen eine leichte Reduktion der Miete. Wichtig für den Wohnungsmarkt ist die Leerstandsquote. Sinkt der Anteil an Leerwohnungen um einen Prozentpunkt, erhöht sich die Miete um 0.7%.³⁵

Die Wichtigkeit der Makrolage auf den Mietpreis kann nicht genug betont werden. So kann für ein gleiches Mietobjekt, z.B. eine 4½-Zimmer-Wohnung mit 110m2 Wohnflä-

³⁵ Vgl. Rieder (2005), S. 35f.

che, eine Mietpreisdifferenz zwischen Delémont, Kanton Jura und Freienbach, Kanton Schwyz, von rund 40% entstehen.

3.2.2 Einfluss der Mikrolage

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick zu den wichtigsten Einflussfaktoren der Mikrolage auf den Mietpreis. Auffallend hierbei ist, dass eigentlich nur die Anzahl der in der näheren Umgebung vorhandenen Arbeitsplätze einen signifikanten Einfluss auf die Wohnungsmiete haben. Dieser ist dafür umso frappanter. Bei den mit «max.» gekennzeichneten Effekten handelt es sich um die Höhe des Effektes gemessen am jeweils kleinsten und grössten Wert den die Variable annehmen kann.

Faktor	Effekt	Faktor	Effekt
Anzahl Arbeitsplätze	20.1% max.	Externe Lärmbelastung	-1.2% max.
Allgemeine Lage	2.5% max.	Interne Lärmbelastung	kein
Allgemeine Aussicht	0.8% max.	Abgas-/Rauchbelästigung	-2.0% max.
Seesicht	2.9%	Einkaufsmöglichkeiten	kein
Bergsicht	0.7%	Distanz nächste Primarschule	1.1% max.
Flusssicht	kein	Übrige schulische Einrichtung	kein

Tabelle 8: Prozentuale Veränderung der Miete aufgrund der Mikrolage
Quelle: Credit Suisse Economic Research (2006), S. 6.

3.2.3 Charakteristika der eigentlichen Wohnung

Wie zu erwarten ist, sind Wohnfläche und Zimmerzahl die signifikantesten Parameter der Miete innerhalb des Gebäudes. Alleine die Fläche erklärt rund 54% der Variation in den Nettomieten.³⁶ Fläche und Zimmerzahl müssen immer gemeinsam betrachtet werden. Generell kann gesagt werden, dass grössere Zimmer zu höheren Mieten führen, wobei dieser Effekt mit zunehmender Zimmergrösse abnimmt. Ausgehend von einem Stichprobenmedian, einer 3-Zimmer-Wohnung mit 82m² Mietfläche, ergibt ein zusätzliches Zimmer eine um 12.7% höhere Wohnungsmiete sowie zusätzliche 10m² Wohnfläche erhöhen den Preis um 3%. Das Stockwerk in dem sich eine Wohnung befindet spielt ebenfalls eine Rolle. Verbessert sich die Qualität der Aussicht, so führt dies zu einer Mietpreissteigerung von 0.2% pro Etage. Ein eher marginaler Effekt also. Parkplätze beeinflussen die Höhe der Miete ebenfalls. Für eine Garage, respektive einen Garagenplatz sind 4.2% mehr Miete zu bezahlen. Steht anstelle einer Garage ein Ausenparkplatz zur Verfügung, steigt die Miete im Vergleich zu einer Wohnung ohne Par-

³⁶ Trotz (2002), S. 172.

kiermöglichkeit immer noch um 1.1% an. Hierbei ist die eigentliche Miete für den Parkplatz selbst noch nicht berücksichtigt.³⁷

Das Alter der Wohnungen ist ebenfalls einer der wichtigsten Faktoren im Bezug auf den Mietpreis. Mit zunehmendem Alter sinkt die Miete. Das Baujahr reflektiert aber auch die damalige Bauqualität oder den Architekturstil. So drückt die meist ungenügende Erstellungsqualität der 60er und 70er Jahre auf den zu bezahlenden Mietzins. Die Entwicklung der Mieten in den 90er Jahren ist auf den starken Rückgang der Hypothekarzinsen bzw. auf die zu tiefen Preisen vermieteten Wohnungen in dieser Zeit zurückzuführen.

Baujahr	Effekt	Baujahr	Effekt
Vor 1919	-18.1%	1981 – 1985	-8.0%
1919 – 1945	-20.3%	1986 – 1990	-6.7%
1946 – 1960	-19.8%	1991 – 1995	kein
1961 – 1970	-17.3%	1996 – 2000	-10.0%
1971 – 1980	-13.6%		

Tabelle 9: Prozentuale Veränderung der Miete nach der Bauperiode des Gebäudes, Basis Baujahr 2001 bis 2003
Quelle: Rieder (2005), S. 32.

Im Zusammenhang mit dem Alter einer Wohnung wird auch hier nochmals die Thematik der Renovation aufgegriffen. Da die Mietpreisstrukturerhebung 2003 des BFS direkt die Mieter der Wohnungen befragte, ist dieser in den meisten Fällen immer nur über allfällige Renovationen während seiner Mietdauer informiert. Da die mittlere Mietdauer 12 Jahre beträgt, können keine sinnvollen Angaben mit dieser Erhebungsmethode fingiert werden. Aufgrund der Wichtigkeit von Renovationsdaten auf die Wohnungsmiete sei an dieser Stelle nochmals auf Geiger (2006), S. 86 verwiesen.³⁸

Wesentliche Charakteristika, neben dem speziellen Wohnungstyp, sind bei der eigentlichen Wohnungsausstattung die Kücheneinrichtung und die sanitären Anlagen. Hier sind die Ausprägung des Geschirrspülers und des zweiten WC speziell signifikant.

³⁷ Vgl. Rieder (2005), S. 29.

³⁸ Vgl. Credit Suisse Economic Research (2006), S. 4.

Charakteristika	Effekt	Charakteristika	Effekt
Maisonette-Wohnung	2.4%	Einbauküche	5.5%
Attikawohnung	10.5%	Separater Kochherd	-3.9%
Loft	kein	Kochnische	kein
Dachwohnung	2.1%	Separater Kühlschrank	kein
Terrassen-Wohnung	2.0%	Tiefkühler	0.7%
Mansarde	kein	Geschirrspüler	8.6%
Lift	3.8%	Badewanne	kein
Velokeller	-1.2%	Separate Dusche	1.4%
Kinderspielplatz	-1.8%	Zweites WC	5.6%
Gemeinsamer Garten	-0.8%	Boiler für Warmwasser	-1.8%
Schwimmbad	kein	Cheminée	5.5%
Direkter Gartenzugang	2.3%	Kabelanschluss TV, Radio	kein
Gartensitzplatz, Terrasse	1.5%	Holzparkett	1.5%
Balkon	1.6%	Deckenstuckatur	2.3%

Tabelle 10: Prozentuale Veränderung der Miete aufgrund des Wohnungstyps und der Ausstattung
Quelle: Credit Suisse Economic Research (2006), S. 5.

3.2.4 Qualitätsveränderungen und Mietpreisteuerung

Sämtliche Einflüsse wurden bisher primär auf einen Zeitpunkt analysiert. Über die Zeit gesehen können jedoch auch diverse Gegebenheiten auf eine Wohnung einwirken. Positive Veränderungen in der Qualität sind z.B. Renovationen oder der Standort erhält einen Autobahnanschluss. Negativ auswirken kann sich bspw. die Abgabe eines Zimmers oder das der Standort in eine Flugschneise gerät.

Die allgemeine Mietpreisteuerung erfolgt teilweise indirekt durch die beiden Marktteilnehmer Eigentümer als auch Mieter und ist durch exogene Einflüsse gekennzeichnet. Bei der Mietpreisbetrachtung eines Mietobjektes gleichen Wohnungstyps und gleicher Standortgüte über einen bestimmten Zeitraum sind Teuerungen festzustellen. Je nach Standortgüte können diese positiv oder negativ sein. Grundsätzlich kann gesagt werden, dass der Hypothekarzins nicht für diese Schwankungen verantwortlich ist, sondern vielmehr der Nominallohn, welcher den Mietern zur Verfügung steht und somit deren Kaufkraft beeinflusst. So sind es die gut verdienenden Mieter, die in konjunkturstarke Zeiten auf den besten Standorten die Nachfrage erhöhen und eine Mietzinststeuerung durch die Eigentümer auslösen. Wiederum diese Mieter sind es, die bei einer drohenden Krise die teuersten Standorte aufgeben und damit dort einen Mietpreiserfall hervorrufen. Von diesem Effekt ist v.a. der Angebotsmarkt mit Neuwohnungen an mittleren bis guten Standorten betroffen. Hier sind die Auswirkungen solcher Mietpreisteuerungen

am Stärksten. Schlechte Standorte sowie der Markt der bestehenden Mietverhältnisse sind von diesen Teuerungsnachwirkungen nur schwach oder gar nicht betroffen.³⁹

3.2.5 Zusätzliche Einflussfelder

Der *Wohnungseigentümer* hat wesentlichen Einfluss auf die Mieten. Die höchsten Mieten sind bei Wohnungen im Privateigentum zu bezahlen. Ausgehend von diesem Level ist in Wohnungen von Wohnbaugenossenschaften 13.8% weniger Miete zu bezahlen. Ein allfälliger Einkauf in die Genossenschaft ist dabei nicht berücksichtigt. Ebenfalls 13.4% tiefer sind die Mieten bei staatlichem Eigentum. Ist eine Wohnung im Besitz von Versicherungen, Pensionskassen oder Immobiliengesellschaften so sind 4.4% weniger Miete als bei Privatpersonen zu bezahlen. Aus Reputationsgründen werden insbesondere institutionelle Anbieter von Mietwohnungen auch Hypothekarzinsenkungen an die Mieter weitergegeben, was im Durchschnitt zu tieferen Mieten führt.

Bei den Bestandesmieten spielt das *Schweizer Mietrecht* eine besonders starke Rolle. Führen im Normalfall Angebot und Nachfrage zur Markt- bzw. Angebotspreisbestimmung, so können während einem bestehenden Mietverhältnis Mieten nur aufgrund der Entwicklung des Hypothekarzinsatzes und des Konsumentenpreisindex sowie getätigter Investitionen und Unterhaltsarbeiten angepasst werden. Die Höhe des Hypothekarzinsatzes zu Beginn des Mietverhältnisses ist dabei massgebend, da ein um einen Prozentpunkt höherer Satz eine um 0.6% höhere Miete bedeutet, falls diese Anpassung an den Mieter weitergegeben werden sollte. Mit Dauer des Mietverhältnisses bewegen sich aktueller Mietzins und heutige Angebotsmiete immer stärker auseinander. Bei einem durchschnittlichen, 12-jährigen Mietverhältnis ist die Miete um 8.4% tiefer als die Miete für die gleiche Wohnung für einen Neumieter. Diese Tatsache belegt auch die für Neubauwohnung höher zu bezahlenden Anfangsmieten.

Wenn von der, für den Mieter interessante, Bruttomiete gesprochen wird, lohnt sich auch immer ein Blick auf die *Nebenkosten*. Grob betrachtet liegt der Nebenkostenanteil an der Bruttomiete über alle Wohnungsgrössen generell bei rund 12% (Anteil an Nettomiete ca. 13.5%). Schlüsselte man die Nebenkosten weiter auf, so zeigt sich, dass etwa die Hälfte der Nebenkosten durch die Heizkosten und ein weiteres Viertel durch die Wasserkosten verursacht werden.⁴⁰

³⁹ Vgl. Geiger (2006), S. 91-97.

⁴⁰ Vgl. Credit Suisse Economic Research (2006), S. 8-10.

3.3 Eigene Auswertungen zu den Kreisen 3 und 7 der Stadt Zürich

Die im vorangegangenen Kapitel aufgezeigten Tendenzen bezüglich Einfluss der einzelnen Faktoren auf den Mietpreis sollen anhand eigener Berechnungen detaillierter betrachtet oder sogar verifiziert werden. Als Grundlagedaten stehen dabei Liegenschaften bzw. Wohnungen aus den Kreisen 3 und 7 der Stadt Zürich zur Verfügung, welche durch die Firma Wüest & Partner bis Stand 31.05.2007 bewertet wurden (vgl. Anhang C). Die im Folgenden aufgeführten Mieten sind Nettomieten.

3.3.1 Kompendium zum Datensatz

Der für die weiterführenden Berechnungen zu Grunde liegende Datensatz präsentiert sich wie folgt in den beiden Kreisen:

Merkmale	Kreis 3	Kreis 7
Anzahl Gebäude (im Stichprobenumfang)	15	15
Anzahl Wohnungen pro Gebäude	10.3	10.0
Mittelwert Wohnfläche pro Wohnung	65.4m ²	103.1m ²
Mittelwert Zimmer pro Wohnung	2.6	3.6
Mittelwert Wohnfläche pro Zimmer	26.3m ²	29.4m ²
Aktueller Leerstand (in % der Wohnfläche)	1.3%	2.0%
Mittelwert Baujahr	1927	1950
Mittelwert „Baujahr“ nach Renovationen	1993	1955
Ältestes Mietvertragsstartdatum	16.07.1966	01.04.1977
Aktuelle MV-Dauer ab Mittelwert Vertragsbeginn	4.5 Jahre	6.7 Jahre
Aktueller Ist-Mietertrag pro Jahr aller Gebäude	CHF 2'413'717	CHF 4'138'974
Mietertragspotenzial gem. W&P	CHF 2'559'691	CHF 4'477'206
Mietertragspotenzial der Gebäude in % zu Ist	6.0%	8.2%

Tabelle 11: Übersicht über die Datensätze in den Kreisen 3 und 7
Quelle: Bewertungsserver W&P, Stand: 31.05.2007.

Bereits in dieser Übersicht zeigen sich die Wohnverhältnisunterschiede der beiden Kreise recht deutlich. So liegt die durchschnittliche Wohnfläche pro Wohnung im gemäss Standortrating bevorzugten Kreis 7 knapp 40m² über derjenigen im Kreis 3, wie auch durchschnittlich ein Zimmer mehr vorhanden ist. Dies bestätigt die Expertenaussage, dass bei guter Mikrolage grössere Wohnflächen nachgefragt, diese aber auch angeboten werden. Die etwas neuere Bausubstanz bezogen auf das Erstellungsjahr ist ebenfalls im Kreis 7 vorhanden. Der aktuelle Mietertrag pro gesamte Wohnfläche liegt im Kreis 7 12.5% über demjenigen des Kreises 3.

Zum Datensatz muss erwähnt werden, dass in der Realität, speziell bei den Liegenschaften im Kreis 7, vermutlich verschiedene Renovationen durchgeführt wurden, welche nicht im BWS erfasst worden sind. Die Auswirkungen der Renovationen auf die Mietpreisentwicklung können leider nicht nachvollzogen werden, da die Mieterträge Momentaufnahmen zu den jeweilig aktuellen Mieterspiegeln sind. Ebenso sind im Kreis 7 die Etagen etwas merkwürdig nummeriert. So existieren Datensätze zum 6. Obergeschoss, obwohl keinerlei Werte zu einem 5. Obergeschoss vorhanden sind. Für diesen Stadtkreis konnte in dieser Beziehung keine konsistente Aussage gemacht werden.

3.3.2 Ermittlung der Bestandespreise

Aufgrund der im BWS aktuell erfassten Mieterspiegel können die tatsächlich bezahlten Mietpreise abgebildet werden. Somit kann neben den auf dem Markt verfügbaren Angebots- und Vergleichspreisdaten ein weiterer Datensatz bezüglich der Mietpreisgestaltung hinzugefügt werden. Wichtig dabei zu beachten ist, nur Bestandesmieten mit aktuellerem Mietvertragsbeginn als Vergleichswert heranzuziehen.

	2-Zimmer		3-Zimmer		4-Zimmer		5-Zimmer	
	CHF/Mt.	CHF/m2	CHF/Mt.	CHF/m2	CHF/Mt.	CHF/m2	CHF/Mt.	CHF/m2
Kreis 3								
unteres Preisband	828	161	1'027	177	1'447	185	2'323	213
Median	1'114	255	1'313	217	1'800	254	2'484	214
Median Potenzial	1'191	284	1'375	230	1'840	258	2'484	214
Mittelwert	1'111	257	1'368	229	2'048	243	2'656	223
oberes Preisband	1'448	343	2'900	348	3'257	277	3'160	242
Mittelwert Fläche	53m2		72m2		102m2		142m2	
Anzahl Datensätze	77		55		14		3	
Kreis 7								
unteres Preisband	927	196	759	115	869	104	1'818	163
Median	1'402	260	1'745	230	2'039	225	4'074	334
Median Potenzial	1'414	261	1'993	238	2'075	237	4'211	325
Mittelwert	1'379	260	1'804	245	2'401	242	3'908	329
oberes Preisband	2'112	373	2'586	411	4'084	389	6'200	531
Mittelwert Fläche	64m2		89m2		116m2		142m2	
Anzahl Datensätze	22		37		41		29	

Tabelle 12: Bestandespreise in den Kreisen 3 und 7
Quelle: Bewertungserver W&P, Stand: 31.05.2007.

Anhand der obigen Tabelle können viele interessante Schlüsse gezogen werden. Genau so lässt die Auswertung aber auch einige offene Fragen zurück, welche eventuell mit dem doch eher geringen Datensatz von 155 bzw. 150 Wohnungen pro Kreis begründet werden kann. Auszugsweise können folgende Aussagen getätigt werden:

- Eine bessere Mikrolage und höhere Kaufkraft fragen nach grösseren Wohnungen mit mehr Zimmern und der Mieter bezahlt dafür auch mehr.
- Generell bedeutet eine kleine Zimmerzahl eine hohe Miete pro Quadratmeter. Die 4-Zimmer-Wohnungen im Kreis 3 und 5-Zimmer-Wohnungen im Kreis 7 widersprechen jedoch. Dies könnte mit dem mangelnden Angebot des jeweiligen Wohnungstyps in den Kreisen verbunden sein.
- Die Medianmieten pro Monat zeigen in den Kreisen und untereinander ein absolut stimmiges Bild. Mit zunehmender Zimmerzahl nimmt die Miete zu. Daraus ergibt sich die Konsequenz, dass bei einem Wohnungsvergleich niemals nur der Quadratmeterpreis herangezogen werden darf, sondern beide Werte betrachtet werden müssen.
- Die Quadratmeterpreise bauen sich über die Wohnungsfläche stetig auf. Ein eigentlicher Knick in den Mietpreisen pro Quadratmeter erfolgt über die Zimmerzahl gesehen bei ca. CHF 27 / m² im Kreis 3 und CHF 32 / m² im Kreis 7.
- Vergleicht man die 4-Zimmer-Wohnungen mit den Quantilsspektren des Angebotpreises, so fällt auf, dass in beiden Kreisen der Medianwert der Bestandesmieten pro Monat deutlich unter, die bezahlte Miete des oberen Preisbandes aber ausdrücklich über den Angebotspreisen liegt. Zieht man bspw. für den Kreis 7 die Daten für den Mietbeginn herbei, so zeigt sich für den Medianwert des Bestandes, dass dieser im Oktober 2003 erfolgte. Also zu einem Zeitpunkt, in welchem der Mietpreisindex der Stadt Zürich (vgl. Anhang D) am Sinken war. Ein umgekehrtes Bild zeigt sich für das obere Preisband mit einem Start des Mietverhältnisses im April 2004.
- Auffallend sind die durchgehend tieferen Preisuntergrenzen im Kreis 7 für die 3- bis 5-Zimmer-Wohnungen. Auch hier kann diese Tatsache mit dem Beginn des Mietverhältnisses begründet werden. Für die 3- und 4-Zimmer-Wohnungen erfolgte dieser im Kreis 7 im April 1977 im Kreis 3 im Juli 2003 bzw. September 1989. Für die 5-Zimmer Wohnung im Kreis 7 im Oktober 1985, im Kreis 3 im selben Monat 2005.
- Grundsätzlich wird das Mietpotenzial durch W&P über alle Wohnungsgrößen höher eingestuft. Dies hat v.a. mit der bestehenden Mietvertragslaufzeit und dem bestehenden Liegenschafts- und Lagepotenzial zu tun. Eine Ausnahme bilden die 5-Zimmer-Wohnungen im Kreis 7. Hier liegt der Potenzialwert des Median CHF 7 / m² unter dem effektiven Median. Obwohl die

Nettomiete pro Monat ein anderes Bild zeigt und die Nachfrage wahrscheinlich weiter gross ist, kann doch gesagt werden, dass für diesen Wohnungstyp im Bestand die preisliche Obergrenze erreicht ist.

3.3.3 Weiterführende Vergleiche

Anhand des Datensatzes können zudem weitere, detaillierte Aussagen bezüglich Einfluss der Mietverhältnisdauer, Gebäudesanierung und Stockwerkhöhe auf den Mietpreis getätigt werden.

Beginn Mietverhältnis	Kreis 3 CHF/m ²	Kreis 7 CHF/m ²
Vor 1990	202	183
1990 – 1999	235	252
2000 – 2001	273	279
2002 – 2003	253	235
2004 – 2005	248	324
2006 – 31.05.2007	260	282

Tabelle 13: Vergleich Medianwerte der aktuellen Wohnungsmieten zum Beginn des Mietverhältnisses in den Kreisen 3 und 7
Quelle: Bewertungsserver W&P, Stand: 31.05.2007.

Die Entwicklung des Mietpreises pro Quadratmeter als Medianwert entspricht, v.a. für den Kreis 3, ziemlich genau dem Verlauf der Angebotsmieten, wie wir sie aus der Abbildung 8 kennen. Ausnahme bildet der markante Einbruch in den Jahren 2002 bis Ende 2003. Hier liegt die Erklärung mit der Rezession der gesamten Schweizer Wirtschaft und dem Börsen-Crash im Jahr 2001 nahe. Die Mieter waren nicht mehr bereit, auch aufgrund einer in diesen Jahren schweizweiten Abnahme des Nominallohnes⁴¹, Mietpreise zu zahlen wie sie auf dem Markt angeboten wurden und blieben vermehrt in ihren bestehenden Mietverhältnissen. Somit waren die Vermieter u.a. gezwungen, die Mietpreise bei neuen Vertragsabschlüssen nach unten zu korrigieren. Dieses Bild zeigt auch der Verlauf des Mietpreisindex der Stadt Zürich, welcher vom April 2003 bis Januar 2004 um 2 Prozentpunkte sank.

⁴¹ Vgl. Geiger (2006), S. 95.

Baujahr bzw. aktualisiertes „Erstellungsjahr“ nach Renovationen	Kreis 3 CHF/m ²	Kreis 7 CHF/m ²
Vor 1980	206	230
1980 – 1999	235	255
2000 – 2003	258	260
2004 – 31.05.2007	260	324

Tabelle 14: Vergleich Medianwerte der aktuellen Wohnungsmieten zum Baujahr bzw. Datum der letzten Renovation in den Kreisen 3 und 7
Quelle: Bewertungsserver W&P, Stand: 31.05.2007.

Der Vergleich in der obigen Tabelle zeigt ein logisches Bild und bestätigt sowohl die Aussage, dass Neubauwohnungen oder frisch renovierte Wohnungen generell teurer vermietet werden können als Altbauwohnungen, als auch den Fakt, dass die neuwertigere Ausstattung in einer Wohnung zu höheren Mieten führt. Ein wichtiger Punkt bezüglich Wiedervermietung einer Wohnung.

Die Relevanz der Wohnetage auf den Mietpreis zeigt folgende Abbildung.

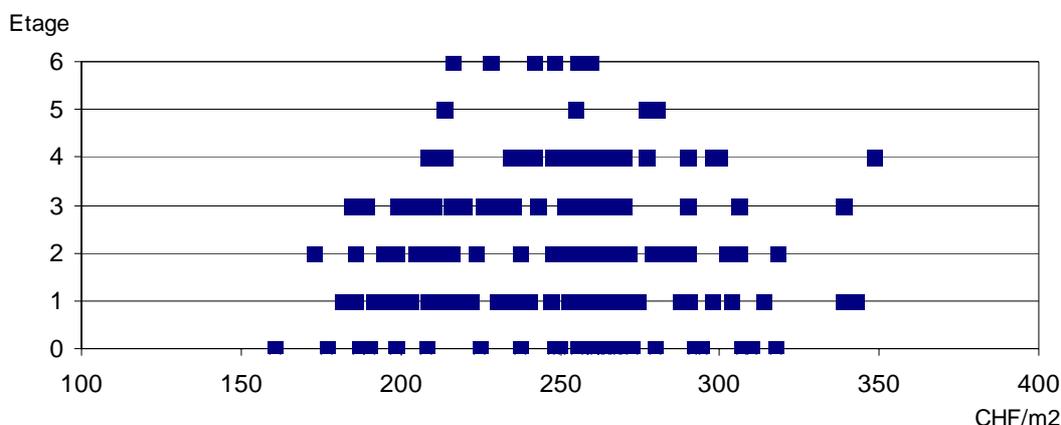


Abbildung 11: Vergleich der aktuellen Wohnungsmieten zur Etage im Kreis 3
Quelle: Bewertungsserver W&P, Stand: 31.05.2007.

Die Streuung der bezahlten Wohnungsmieten liegt vom Erdgeschoss bis ins 4. Obergeschoss zwischen CHF 150 bis CHF 350 / m². Im 5. und 6. Obergeschoss müssen Mieten von CHF 210 bis CHF 280 / m² bezahlt werden. Innerhalb der Stichprobe befindet sich lediglich die teuerste 4-Zimmer-Wohnung im obersten Geschoss. Das heisst, es ist absolut nicht zwingend, dass mit zunehmender Höhenlage der Wohnung im Gebäude auch der Mietpreis klettert. Ausser es handelt sich bei den obersten Wohnungen um Attika- oder Maisonette-Wohnungen. Was gesagt werden kann ist, dass der in dieser Beobachtung festgestellte Anfangsmietpreis für eine Wohnung im obersten Geschoss

rund CHF 55 / m² über demjenigen der günstigsten Wohnung im Erdgeschoss ist. Wiederum erkennbar ist aber auch, dass der höchste Quadratmeterpreis im Erdgeschoss rund CHF 40 bis CHF 60 / m² über demjenigen der obersten Geschosse liegt (vgl. dazu auch Anhang B). Aussicht, Vorhandensein eines Aufzuges oder direkter Gartenzugang bzw. Sitzplatz spielen dabei in dargelegtem Rahmen eine Rolle. Innerhalb der Stichprobe konnten diese Faktoren jedoch nicht für alle Liegenschaften abgeklärt werden.

3.4 Optimierungsansätze und Pricing der Wohnungen

3.4.1 Rahmenbedingungen und Hauptfaktoren

Gewissermassen für jeden bekannt, besteht die Charakterisierung einer Wohnung aus einer Vielzahl von Attributen. Wie in den vorangegangenen Kapiteln aufgezeigt, sind diese jedoch von unterschiedlichster Auswirkung auf den Mietpreis. Für den Eigentümer der seinen Mietzins so nahe als möglich an das Optimum heranführen will gilt somit, sich auf die eigentlichen Hauptfaktoren der Mietpreisbestimmung zu konzentrieren. Ein wesentlicher Unterschied bildet die Tatsache, ob er dabei einen Neubau realisieren kann oder seinen Bestand zu optimieren hat. Im Falle eines Neubaus kann der Eigentümer, je nach finanziellem Background, sämtliche Hauptgrössen der Mietpreisfestlegung selbst bestimmen. Das heisst also, er kann sich mit der Standortwahl auch gleichzeitig die lokale Marktsituation aussuchen, den Wohnungstyp und dessen Aufteilung wie auch Ausrichtung bestimmen sowie die Ausstattung der Wohnung und die Gestaltung der Aussenflächen innerhalb der gesetzlichen Rahmenbedingungen beeinflussen. Bei Bestandesliegenschaften reduzieren sich die beeinflussbaren, mietpreisrelevanten Faktoren auf ein Minimum (vgl. Kapitel 3.1.3.2). Die übrigen Hauptfaktoren üben ihr Gewicht auf die Mietpreise aus und müssen vom Eigentümer so hingenommen werden.

Aufgrund der bisher gewonnenen Erkenntnisse lassen sich die folgenden Haupt- sowie wichtigsten Unterfaktoren identifizieren und ungefähr gewichten:

- **Markt und Standort (ca. 50%):** Dabei hat der regionale eine höhere Bedeutung als der nationale Markt. Wichtig für den Markt sind v.a. das wirtschaftliche Umfeld und der eigentliche Immobilienmarkt sowie die sozio-demographische Entwicklung innerhalb der Region. Der Standort wird durch die Mikrolage bestimmt. Bedeutend sind hier die Verkehrsanbindung, Anzahl Arbeitsplätze in der Umgebung sowie die allgemeine Lage und das Image des Wohnquartiers bzw. der Standort innerhalb desselben.
- **Gebäude (ca. 20%):** Nutzbarkeit mit Architektur (Wohnungstyp) und Bauweise, Zustand sowie Gebäude-/Wohnungsstandard sind die wichtigsten

Merkmale zum Gebäude. Die Wirtschaftlichkeit der Gebäudekonzeption ergibt sich dabei aus diesen drei Faktoren.

- **Quantitative Faktoren zum Gebäude (ca. 30%):** Vorrangig hier der Cash-flow, das eigentliche Liegenschaftspotenzial, die Mietersituation mit Leerständen und die Wiedervermietbarkeit.⁴²

3.4.2 Optimierungsansätze zur Mietpreisgestaltung

Somit liegt die Tatsache nahe, dass sich der Eigentümer auf die identifizierten Hauptfaktoren der Mietpreisbestimmung, welche er effektiv beeinflussen kann, fixiert. Im Falle eines Neubaus verfügt er über diverse Stellschrauben, anhand welcher er seine Mietpreisdifferenzierung für die einzelnen Wohnungen optimal justieren kann. Höchste Wichtigkeit ist dabei der Standortwahl zuzumessen. Die Potenziale der Wohnungen bzw. der Liegenschaft ergeben sich weiter aus der Architektur und der Definition der Ausstattung sämtlicher Bauteile. Nicht nur bei Vorhandensein von ev. Budgetrestriktionen muss bereits in der Planungsphase ein optimales Preis-/Leistungsverhältnis angestrebt werden. Dieses muss dann auch für den späteren Mieter in seiner Wohnung klar erkennbar sein, da der Preis an ihn weitergegeben wird. Sowieso sind die aufgezeigten, wichtigsten Bedürfnisse des Mieters (vgl. Kapitel 3.1.2) so gut als möglich in einen Bau zu integrieren. Gemäss «Immo-Barometer 2006» sind diese nicht nur von kurzfristiger Relevanz, sondern behalten zumeist über längere Zeit ihre Bedeutsamkeit bei der Wahl einer Wohnung. Möchte der Eigentümer ein Preismanagement in Bestandesimmobilien betreiben, so sind seine Möglichkeiten stark beschränkt. Qualitätsverbesserungen, sprich Renovationen oder An-/Umbauten, und eine damit verbundene Annäherung an die Potenziale einer Liegenschaft bzw. Wohnung sind meist mit erheblichen finanziellen Investitionen verbunden. Das heisst, er kann durch Anpassungen seiner Wohnungstypologie (z.B. Ausbau Dachwohnung in Maisonette-Wohnung), durch Einbau einer Aufzugsanlage, moderner Küchen oder einer zusätzlichen Nasszelle das Mietpreisniveau der Wohnung nachhaltig verändern. Der positive Effekt von Renovationen auf die Wohnungsmiete wurde aufgezeigt. Hier kommt aber auch wieder die zugrunde liegende Objektstrategie zum Tragen. Der Eigentümer muss anhand der Bedeutung des Objektes abwägen, wie er dieses weiterführen will.

Sowohl Neu- als auch Bestandesbauten sind aber auch exogenen Einflüssen ausgesetzt, welche nicht direkt durch den Eigentümer beeinflusst werden können. Diese Einflüsse müssen nicht immer negative Auswirkungen haben und können in begrenztem Umfang wie auch Radius um das Objekt verschiedenartig mitgestaltet werden.

⁴² Vgl. Trotz (2004), S. 122-129.

3.4.3 Möglichkeiten zu einem effektiven Wohnungs-Pricing

Dem effektiven und somit auch effizienten Wohnungs-Pricing steht eine umfassende Preisanalyse des gesamten Umfeldes bzw. Mietwohnungsmarktes voran.

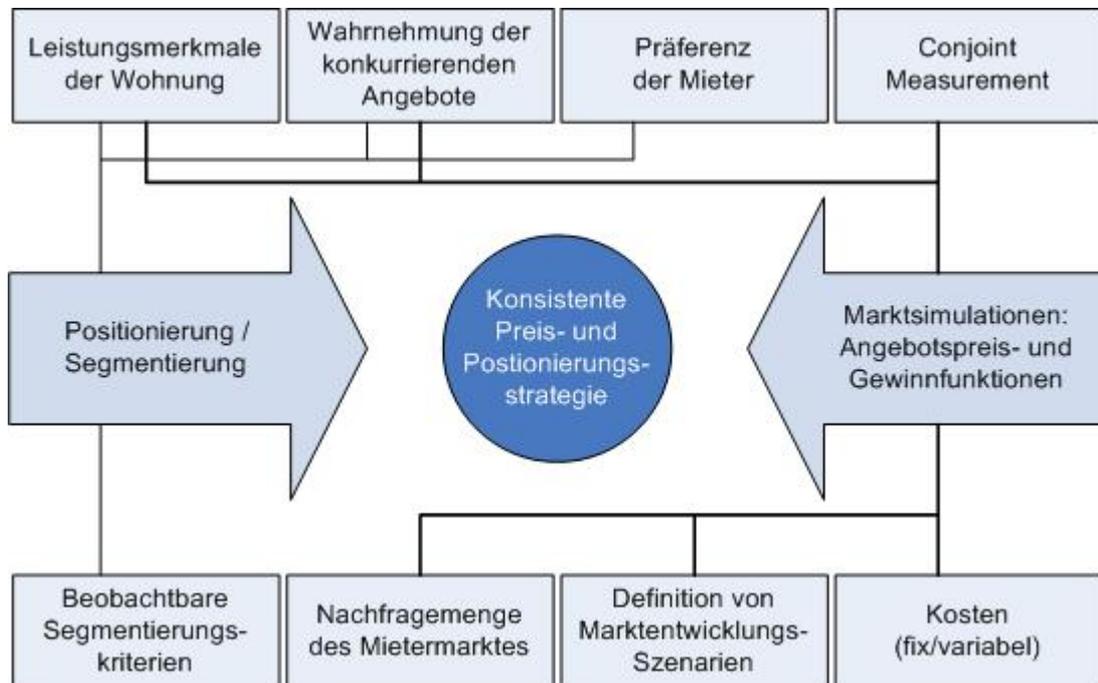


Abbildung 12: Inhalte einer umfassenden Mietpreisanalyse
Quelle: In Anlehnung an Simon (1992), S. 646.

Verschiedene Rahmenbedingungen sind gegeben und zu bestimmen. Dabei kommt der Segmentierung des Marktes und dem Bewusstsein, dass eine solche latent vorhanden ist, eine zentrale Bedeutung zu. Wie und mit welchen Produkten (Wohnungen) man im Mietwohnungsmarkt positioniert ist bzw. sich positionieren will, ist zentral für die entsprechende Objektstrategie. Ein kontinuierliches Scanning des Marktes bezüglich der Mieterpräferenzen wie auch der Konkurrenzsituation wird ebenfalls vorausgesetzt.

Im Zentrum der Analyse steht auch die Preisstrategie. In unserem Falle der zu ermittelnde Preis eines Wohnungstyps. Die absolute, nur auf das Gebäude bezogene, Preisuntergrenze aller Einnahmen muss die Deckung sämtlicher anfallenden Kosten für das Gebäude bilden. Zur Anordnung einer solchen Gebäudebilanz stehen die Deckungsbeitragsrechnung für Momentbetrachtungen bzw. eine längerfristige Investitionsrechnung zur Verfügung. Da wir hier nur die Ertragsseite betrachten, liegt der Fokus auf den Erlösen durch die jeweiligen Wohnungsmieten. Die Hauptfaktoren welche eine Wohnungsmiete bestimmen sowie mögliche Optimierungsansätze wurden aufgezeigt. Wichtig für den Eigentümer ist es zu wissen, wie viel er von welchem Faktor und den damit verbundenen Kosten in eine Wohnung einbringen kann, damit sich sein Gewinn nachhaltig erhöht. Das heisst, in einem grösseren Rahmen gedacht, er muss sich bewusst sein, wie

„gut“ sein Gebäude an der entsprechenden Lage ist, damit sich seine Grenzkosten in einem möglichst hohen Preisniveau mit den Grenzerträgen schneiden. Dass dieses Preisniveau extrem durch die Lage geprägt ist, zeigen die Vergleiche nur schon innerhalb der Stadt Zürich. Eine markante Preisdifferenzierung geschieht somit meist regional bzw. über verschiedene Marktsegmente. Eine Preisdifferenzierung kann aber auch aufgrund des Wohnungstyps innerhalb des Gebäudes erfolgen. Ein Wohnungs-Mix bezüglich Art, Grösse und Alter der Wohnungen in Kombination mit unterschiedlicher Ausstattungsgüte kann bereits innerhalb des Gebäudes eine Kreuzpreiselastizität hervorrufen. Substitutive Beziehungen der einzelnen Wohnungen sind anzustreben.

Ein spezielles Augenmerk gilt auch der *Wiedervermietbarkeit*. Anhand zweier zentraler Fragen kann die Wiedervermietbarkeit respektive Marktgängigkeit einer Wohnung beurteilt werden:

- Sind die Nutzflächen, der Zustand und Wohnungsstandard für die Nutzerzielgruppe ausreichend bedarfsgerecht, so dass mittelfristig eine Vermietbarkeit bzw. Vermarktbarkeit gegeben ist?
- Wie wirkt sich die Konkurrenzsituation auf die mittelfristige Vermietbarkeit bzw. Vermarktbarkeit aus?

Um die Nachhaltigkeit der Mieterlöse und damit auch die Qualität des Objekt-Cashflows zu beurteilen, muss die mögliche Anschlussvermietung nach Auslaufen der Mietverträge untersucht werden. In diesem Zusammenhang wird geprüft, ob eine Wohnung aufgrund ihrer Merkmale im Zusammenspiel mit dem Marktgeschehen mittelfristig wieder vermietbar ist. Wichtig ist, dass es hier weder allein um die Objekteigenschaften noch um die (Markt-)Nachfrage geht. Die Wiedervermietbarkeit hängt von mehreren Faktoren ab, die den «Quantitativen Faktoren des Gebäudes» zuzuordnen sind. Diese quantitativen Faktoren sind ein wichtiger Indikator für die Nachhaltigkeit der Mieterlöse.⁴³ Anhand der Beispiel-Liegenschaften in Anhang B, der Auswertung der Stichproben sowie der allgemeinen (Vermieter-)Marktsituation von Mietwohnungen in der Stadt Zürich wird schnell klar, dass das Problem der Wiedervermietbarkeit in diesem strukturstarken Zentrum als äusserst gering zu bezeichnen ist. Fragen bleiben nur bezüglich vorhandenem Wohnungsangebot von 4-Zimmer-Wohnungen im Kreis 3 sowie der effektiv getätigten Renovationsarbeiten im Kreis 7 offen.

Aufgrund der Heterogenität muss jede Wohnung bzw. jeder Wohnungstyp separat betrachtet werden. Als dabei verlässlichstes Instrument des Pricings von Mietwohnungen zeigt sich die Methode des Preisvergleiches. Die Sammlung eines möglichst grossen Datensatzes aus Angebots-, Vergleichs- und Bestandespreisen erlaubt eine ausreichend genaue Interpolation desjenigen Preises für eine Wohnung, welcher auch am Markt

⁴³ Vgl. Trotz (2004), S. 82f.

nachgefragt wird. Die Kenntnis der Leistungsmerkmale und somit des Wohnungspotenzials als Voraussetzung an den Eigentümer ist gegeben. Durch die Gewichtung der Hauptfaktoren lässt sich für den Wohnungspreis folgende „Grundformel“ für einen Nettomietpreis ableiten:

Wohnungspreis = Median Angebotspreis der Gemeinde \pm Gebäude-/Wohnungsfaktoren

Dass detailliertere Berechnungsformeln keinen Sinn machen, zeigt die Tatsache, dass bereits innerhalb grosser Gemeinden wie Zürich riesige Schwankungen im Mietpreisniveau bestehen. Auch haben die durchgeführten Vergleiche zu den Kreisen 3 und 7 diese Aussage bestätigt. Ziel eines jeden Eigentümers muss es deshalb sein, selbst einen möglichst umfangreichen Datenbestand über seine Liegenschaften und Wohnungen aufzubauen, welchen er akribisch pflegt sowie regelmässig aktualisiert. Dies erlaubt ihm auf dem Markt stehende Angebote zu plausibilisieren und seine eigenen Wohnungen, aufgrund deren Potenzials, richtig darin einzuordnen. Eine solche Datengrundlage kann für jeden Standort bis zu einem, wie aus Deutschland bekannten, Mietspiegel führen, anhand welchem Nettomietpreise mittels Wohnungseigenschaften berechnet werden können (vgl. Anhang E). Die Festlegung der Nebenkosten ist durch die Betriebskostensituation des Gebäudes gegeben und individuell durch den Eigentümer geprägt. Auch spielt hier das Mietgesetz eine wichtige Rolle. Die für den Mieter interessante Totalmiete (Bruttomiete) ergibt sich aus einem mittleren Zuschlag von ca. 13.5% auf die Nettomiete.

Als zusätzliche Verifizierung oder gar alleinige Bestimmung des Mietpreises einer Wohnung kann auch auf ein hedonisches Berechnungsmodell zurückgegriffen werden. Solche Modelle existieren in der Immobilienpraxis bspw. in grossen Finanzinstituten wie der Credit Suisse, dem Bundesamt für Wohnungswesen oder auch privaten Beratungsunternehmen. Es versteht sich von selbst, dass solche Berechnungen für Eigentümer ausserhalb dieser Institutionen nicht gratis sind.

3.5 Wohnungs-Marketing mit Fokus Preisgestaltung

3.5.1 Allgemeine Grundsätze im Immobilien-Marketing

Eigentümer und Mieter stehen sich auch im Marketing „gegenüber“. Aus dem Blickwinkel des Marketings betrachtet, finden sie sich auf demselben Markt wieder und bilden auch hier die Gruppe der Anbieter und Nachfrager. Für den Eigentümer verändert sich die Vorgehensweise in Bezug auf seine zu treffenden Abklärungen nicht, nur muss er den Fächer erweitern und seine Preisbildung bzw. -entscheidung in einen grösseren Kontext einbinden. Dies macht ein systematisches und koordiniertes Handeln notwendig. Die zwingende Orientierung am Markt und Kunden ist gegeben und muss in einer

ersten Analysephase bedacht werden. Die darauf folgenden Phasen in einem idealtypischen Vorgehen sind die Strategie-, Umsetzungs- und Kontrollphase.⁴⁴ Bezüglich Preisgestaltung ist die Strategiephase massgebend, da sie neben den Komponenten der Marktsegmentierung, Positionierung, Definition der Marketing-Ziele und der Angebotswerte, den eigentlichen Marketing-Mix mit der Interaktion zum Preis beinhaltet. Der eigentliche Marketing-Mix mit seinen Komponenten Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik (die 4 P's) wird dabei in der Praxis, aufgrund der starken Verflechtung der Komponenten, immer als Verbund eingesetzt. Mit der Durchführung eines wirkungsvollen Immobilien- bzw. Wohnungs-Marketing sollte bereits in einer frühen Phase, für Neubauten bereits in der Planungsphase, begonnen werden, da die einzelnen Marketing-Instrumente eine unterschiedliche Spanne bezüglich des Eintretens ihrer Durchschlagskraft besitzen. Auch kann damit die Gefahr des „destruktiven Marketings“ abgewendet werden. Unter diesem Begriff sind v.a. Gelegenheits- und reaktives Kurzfrist-Marketing zu verstehen. Das heisst, es wird anstelle einer konsequenten Verfolgung der festgelegten Preisstrategie bspw. bei Absatzschwierigkeiten neu gebauter Wohnungen oder Bestandesimmobilien kurzfristig versucht, mit Preis- bzw. Mietzinsreduktionen drohende Leerstände zu vermeiden.⁴⁵

3.5.2 Mieterverhalten und Kundenbindung

Für den Immobilieneigentümer ist es bei der Mieterakquisition von fundamentaler Bedeutung die Zielgruppen seiner jeweiligen Gebäude zu kennen, um diese konkret anzusprechen. Die Zielgruppen und deren Verhalten werden durch kulturelle, soziale, persönliche und psychologische Bereiche beeinflusst. Da sich der Mieter bei der Entscheidung zu einem Mietverhältnis intensiv mit der Wohnung, deren Bestimmungsfaktoren und allfälligen Substitutionsmöglichkeiten auseinandersetzt, handelt es sich um ein so genanntes *high involvement*-Verhalten. Der Eigentümer muss somit das Verhalten des Mieters in all seinen Entscheidungsphasen und die dabei auf ihn einwirkenden Einflüsse erkennen. Diese Erkenntnisse ermöglichen es dem Eigentümer, ein umfassendes und wirksames Marketing-Programm für den betreffenden Zielmarkt zu entwickeln. Somit kann er anhand systematischer Massnahmen einen (bedingten) Einfluss auf sein Kundensegment ausüben. Wichtig dabei ist die Tatsache, dass nicht nur der Mieter als finaler Ansprechpartner existiert, sondern auch subfinale Zielgruppen wie bspw. Medien oder Anlieger in diesen (Kommunikations-)Prozess mit einbezogen werden.⁴⁶ Solche Meinungsführer können starken Einfluss auf Entscheidungen des potentiellen Mieters, aber auch auf die Attraktivität eines Quartiers haben.

⁴⁴ Vgl. Zeugin (2007), S. 15f.

⁴⁵ Vgl. Zeugin (2007), S. 27f.

⁴⁶ Vgl. Kotler / Keller / Bliemel (2007), S. 306f sowie Schulte (2005), S. 732f.

Ist ein Mieter gewonnen oder besteht ein Mietverhältnis, so gilt es den Mieter möglichst an die Wohnung zu binden. Dies gelingt, nicht nur in der Mieterakquisitionsphase, durch die Vermittlung von Nutzen und Werten. Die Stiftung von Nutzen und Zusatznutzen erfolgt auf der Ebene Wohnung (Objekt), die Werte und Zusatzwerte auf der Ebene Mieter. Der Wertgewinn errechnet sich aus der Differenz zwischen der Summe aller wertgebenden Komponenten (vgl. dazu Abbildung 10) und der Kostenelemente für den Mieter. Um eine möglichst hohe Produktidentität, d.h. Einzigartigkeit der Wohnung, aufzubauen, gilt es für den Eigentümer die Wertfaktoren des Mieters bzw. die Nutzenfaktoren der Wohnung oder des Gebäudes zu erkennen und zu erhöhen sowie die Kostenfaktoren zu senken. Zusatzwerte, so genannte „Added Values“, können für bestimmte Zielgruppen Minergie-Standard, Architektur, Grillfest für die Mieter usw. sein. Zusatznutzen oder auch Serviceleistungen genannt, bilden bspw. ein zentraler Empfangservice, Cateringleistungen usw. Kostenreduktionen können durch effizientere Verwaltungsleistungen, proaktives Leerstandmanagement oder durch Einsatz von neuwertigen, ökonomischen Apparaturen eingeleitet werden. Die Berücksichtigung dieser Faktoren trägt zu einer höheren Mieterzufriedenheit bei, welche sich durch das Erfüllen oder gar Übertreffen seiner Erwartungen in einem langfristigen Mietverhältnis ergeben wird. Ein zufriedener Mieter reagiert zugleich auch weniger auf Preise der anderen Wohnungsanbieter und kann dabei, durch positive Einstellung gegenüber dem Eigentümer, wiederum als eigentliches Marketing-Instrument eingesetzt werden. Durch diese Art von Kundenbindung entsteht ein Beziehungs-Marketing zwischen den beiden Parteien. Inwieweit sich der Eigentümer auf eine solche Marketing-Form einlassen will, richtet sich danach, wie hoch er die Mieterverweildauer und den Mieterverweilwert verglichen mit den Kosten einschätzt.⁴⁷ Diese Frage stellt, wie wir gesehen haben, tatsächlich ein Problem dar. Entstehen keine negativen exogenen Einflüsse auf dem Immobilienmarkt, welche das Mietzinsniveau senken, so kann ein langfristiges Mietverhältnis durchaus zu beträchtlichen Verlusten in den Mieteinnahmen führen. Prüft man die fünf ältesten Mietverhältnisse unserer Stichprobe im Kreis 7 der Stadt Zürich, so besteht eine Diskrepanz zwischen dem aktuellen Mietpreis und dem Potenzial für die Wohnung von bis zu CHF 1'276 pro Monat bzw. CHF 153 / m² und Jahr.

3.5.3 Konsequenzen für das Wohnungs-Pricing

Wie gesehen, spielt bei der Preissetzung das Vermitteln von Werten und Nutzen durch den Eigentümer, verbunden mit der Wahrnehmung dieser Gegebenheiten durch den Mieter, eine vorrangige Rolle. Da es somit beim Mieter um die Preiswahrnehmung und Preisbeurteilung sowie den Preis als Qualitätsfaktor geht, beeinflussen psychologische Faktoren die Wirkung des Preises. Dazu kann als Randnotiz erwähnt werden, dass sol-

⁴⁷ Vgl. Kotler / Keller / Bliemel (2007), S. 73 sowie Zeugin (2007), S. 33.

che „psychologischen“ Phänomene teilweise aufgrund der ökonomischen Betrachtung von Such- und Informationskosten oder wahrgenommenen Risiken erklärt werden können. Viel wichtiger ist aber zu wissen, dass die Akzeptanz des Preises wesentlich davon abhängt, wie dieser von den Mietern beurteilt und wahrgenommen wird. Die Preisbeurteilung kann sich auf die Preiswürdigkeit (Relativierung zum Nutzen) und/oder die Preisgünstigkeit (Relativierung zu Konkurrenzpreisen) beziehen. Durch Gestaltung der Preisstruktur wird die Preiswahrnehmung und -beurteilung durch den Eigentümer gesteuert.⁴⁸ Somit muss sich der Eigentümer bei der Preisgestaltung einer Wohnung nicht nur über die Hauptfaktoren der ökonomischen Werttreiber, sondern auch über die marketingtechnischen Gegebenheiten im Klaren sein. Wie wir gesehen haben, ein durch umfangreich zu tätige Abklärungen nicht zu unterschätzender Part.

Die Effizienz einer durch gezielte Kommunikation vermittelte Wertsteigerung zeigt ein mögliches Szenario, unter Wegbedingung der mietrechtlichen Praxis, auf. Angenommen alle 15 Liegenschaften im Kreis 7 der Stadt Zürich befinden sich im Portfolio desselben Eigentümers. Aufgrund der durch die Mieterschaft wahrgenommenen Marketing-Massnahmen sei ein Angleichen der Mieterträge an das, durch W&P ermittelte, Wohnungspotenzial möglich. Bei gleichzeitiger Eliminierung der bereits minimalen Leerstände ergäben sich Mehreinnahmen für den Eigentümer von CHF 338'232 pro Jahr. Nimmt man dazu eine durchschnittliche Bruttorendite von 6.5% an, wäre eine Steigerung des Marktwertes des Portfolios von ca. CHF 5.2 Mio., was wiederum einem Plus von 8.2% entspricht, möglich.

⁴⁸ Vgl. Simon (1992), S.604.

4 ZUSAMMENFASSUNG

4.1 Problemanalyse

Die Bestimmung einer der jeweiligen Wohnung entsprechenden Miete ist kein leichtes Unterfangen. Nicht nur da sie aus einer Vielzahl von Bestimmungsfaktoren definiert wird sowie nur ein Teilprodukt innerhalb eines Gebäudes ist, sondern auch durch die Tatsache, dass sie sich in einem Lebenszyklus befindet und somit über die Zeit ihren Wert verändert. Bestehende hedonische Berechnungsmodelle können viele dieser Wohnungs-Charakteristiken berücksichtigen. Ihr Einsatz ist aber da limitiert, wo die Wohnung bzw. das Gebäude vom Standard abweicht und aufgrund ihrer Spezifikationen mathematisch nur mehr schwer erfassbar ist. Das Verfahren der Preisinterpolation anhand von unterschiedlichen Grundlagepreisen ist dabei grundsätzlich verlässlicher und bietet die Möglichkeit, auf jeden noch so individuellen Wohnungstyp einzugehen. Probleme tauchen hier meist in Verbindung mit der Zugänglichkeit der Daten sowie deren Aktualität auf. Ebenso gehört eine gewisse Erfahrung und nötige Objektivität in der Wohnungsbewertung dazu. Diese Anforderungen sind speziell in der Einschätzung des maximalen Potenzials einer Wohnung gefragt.

Unbekannte, mit teilweise starker Prägung für den Wohnungspreis, sind die den Wohnungsmarkt beeinflussenden exogenen Faktoren. Dem Eigentümer bleibt hier (zumeist) nur die Hoffnung, dass sich sein Immobilienstandort positiv entwickeln wird. Generell sind *ceteris paribus*-Betrachtungen im Bereich der einzelnen Bestimmungsfaktoren heikel, da eine Wohnung immer im Kontext von Lage, Zustand, Nutzbarkeit und Standard steht. Solche Betrachtungen vermitteln aber einen ersten, guten Überblick bezüglich der Bedeutung der einzelnen Wohnungs-Charakteristika. Wichtig in der Preisbestimmung von Wohnungen ist der Vergleich zwischen der Miete pro Einheit und Monat mit dem Quadratmeterpreis. Da sich diese zwei Grössen nur bis zu einem bestimmten Masse linear verhalten, bieten sie gleichzeitig einen guten Vergleichswert untereinander.

Ein wichtiges Anliegen für den Eigentümer ist ebenfalls die Wiedervermietbarkeit der Wohnungen. Hier zeigt sich die Relevanz der Wohnungskonformität zum Markt. Ist diese gegeben, so sind in strukturstarken Regionen mit hoher Nachfrage nach Wohnraum derzeit keine Probleme bezüglich der Wiedervermietbarkeit auszumachen. Wie sieht diese aber in anderen Regionen aus? Ein probates Mittel zur Unterstützung der Wiedervermietbarkeit kann hier u.a. ein effizient eingesetztes Wohnungs-Marketing bewirken. Dieses stellt jedoch hohe Anforderungen an den Vermieter und die Frage bleibt offen, ob jeder Eigentümer in der Lage ist, einen solchen Aufwand zu betreiben.

4.2 Fazit

Ein Resümee dieser Arbeit liegt in der Beantwortung der eingangs aufgestellten Thesen sowie der Ableitung von Empfehlungen an die Eigentümer und Investoren von Mietwohnungen. Beide Thesen können grundsätzlich, wie formuliert, bestätigt werden. So kann zu These 1 gesagt werden, dass das mittlere Preisband der zu generierenden Wohnungsmiete durch den Standort des Gebäudes (Makrolage) gegeben ist. Darin bestimmen lokalen Faktoren der Standortgüte (Mikrolage), Wohnungstyp, -grösse und -alter sowie die Mietsituation innerhalb des Gebäudes die weitere Ausprägung des Mietpreises. Die Lagefaktoren sind somit für ca. 50 bis 60% des Mietpreises verantwortlich. In Verbindung mit These 2 kann die Mietsituation wesentlich durch den Eigentümer geprägt werden. Aufgrund der Wohnungseigenschaften, welche er dem Mieter zu Verfügung stellt, kann er den Preis innerhalb des Gebäudes gezielt differenzieren und damit den Ertrag seiner Liegenschaft steuern. Das Erkennen der Wohnungspotenziale und einer damit, am Markt ausgerichteten, verbundenen Bedürfnisbefriedigung gehört zu seinen Kernaufgaben. Hilfsmittel dabei ist ein Objektrating, welches ihm gleichzeitig die Erkennung einer gezielten Objektstrategie ermöglicht. Aufgrund einer solchen Strategie kann er entscheiden, wie viel ihm eine Investition in ein Objekt wert ist bzw. weitere Einlagen zu stoppen. Folglich kann gesagt werden, dass nur sehr wenige Hauptfaktoren den Mietpreis bestimmen, jene aber die unmittelbar mit dem Gebäude in Zusammenhang stehen, stark durch den Eigentümer beeinflusst werden können. Solche „gebäudeinternen“ Faktoren können auch immaterieller Natur sein, sind für den Mieter aber von grösster Relevanz.

Wie auch die «EFICAS-Studie» von Ecoplan & Fahrländer Partner zeigt, wird sich die langfristige Nachfrage nach Mietwohnungen auf die sich ausdehnenden Metropolitanregionen konzentrieren. Aber auch in diesen Gebieten steigt der Trend nach Wohneigentum, v.a. in Konkurrenz mit dem zahlungskräftigen Mietersegment. Aufgrund dieser Konkurrenzsituation ist der Anbieter im Mietermarkt gezwungen, seine Objekte gezielt nach den Präferenzen seiner bevorzugten Mietersegmente auszuwählen bzw. auszugestalten. Dabei sind Einstellung und Zahlungsbereitschaft, aber auch lebenssituationsbedingte Bedürfnisse und Haushaltsstrukturen zu beachten. Eine Angebotsdifferenzierung zur Konkurrenz kann mit einer qualitativen Produktgestaltung, welche die für die Zielgruppe spezifische Nutzen und Werte vermittelt, sowie der damit verbundenen Vermarktung und Kommunikation erfolgen. Damit wird die (zukünftige) Bedeutung des Marketings im Immobiliensektor unterstrichen.

Die «Preisdifferenzierung von Mietwohnungen innerhalb des Gebäudes» ist also möglich und zeigt sich anhand aktueller Mieterspiegel in jedem Haus. Die wichtigsten Faktoren werden mit dem Bau der Liegenschaft fundiert. Was danach mit den einzelnen Wohnungen passiert, liegt zum grössten Teil in der Hand des Eigentümers. Eindrücke

wie, die Wohnung über mir muss bestimmt teurer sein als meine oder an dieser Hauptverkehrsstrasse bezahlt man sicher viel weniger Miete, konnten nicht bestätigt werden. Ist sich der Vermieter seiner Möglichkeiten und Spielräume in der Preisbildung bewusst und kann er mit seiner speziellen Wohnung gleichzeitig die Preiswahrnehmung des Mieters befriedigen, ist der Preis für diese nicht zu hoch oder zu tief. Es ist lediglich der aktuell angebotene Preis, der einen Nachfrager gefunden hat. So denkt sich der Mieter vielleicht – und bleibt mit zwinkerndem Auge zu sagen:

«Besser, man wird im Preis als in der Ware betrogen.»

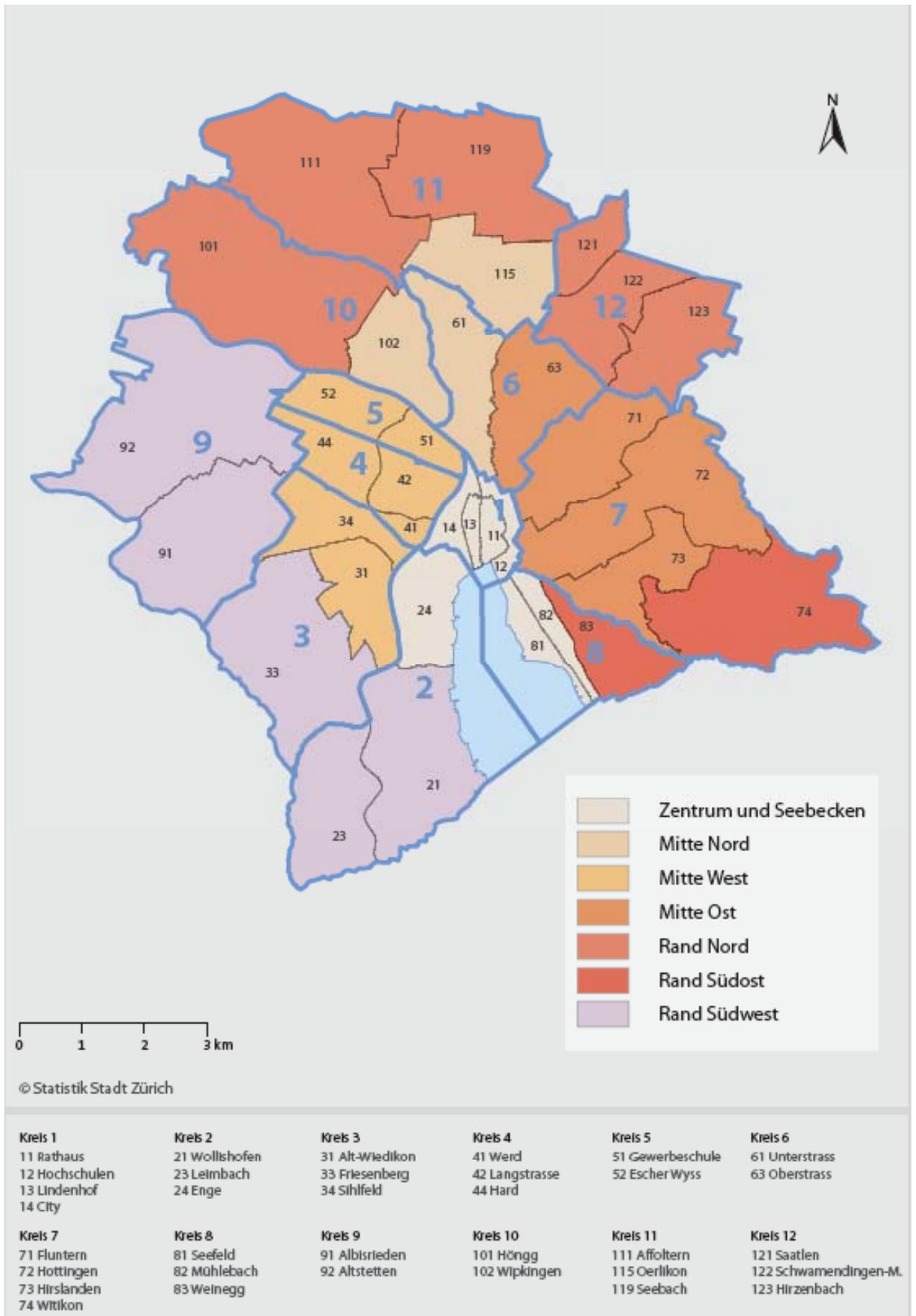
Balthasar Gracian

5 ANHANG

- Anhang A
Übersicht der Kreise in der Stadt Zürich
- Anhang B
Objektblätter von Beispiel-Liegenschaften in den Kreisen 3 und 7
- Anhang C
Datengrundlage BWS W&P der Kreise 3 und 7
- Anhang D
Mietpreisindex der Stadt Zürich
- Anhang E
Mietspiegel der Stadt Bonn (D)

Anhang A

Übersicht der Kreise in der Stadt Zürich



Anhang B

Objektblätter von Beispiel-Liegenschaften in den Kreisen 3 und 7

Objektblatt Beispiel-Liegenschaft



Kreis 3 Zürich

DATEN		Kennwert	Grösse					
		Bewertungsdatum	31.12.2006					
		Baujahr	1896					
		Letzte Gesamtsanierung	2006					
		Letzte Teilsanierung	2000					
		GV Wert ca.	CHF 2'900'000					
		GV Volumen ca.	4'750 m3					
		Hauptnutzfläche SIA 416	977 m2					
KONSTRUKTION		Thema	Beschrieb	Jahrgang	Zustand			
		Tragstruktur	Massivbau	1896	gut			
		Dach	Steildach Ziegel	2006	sehr gut			
		Fassade	Mauerwerk Sicht	1896	sehr gut			
		Haustechnik	Gasheizung	2000	gut			
		Aufzug	nicht vorhanden	-	-			
		Innenausbau	hoher Standard	2006	sehr gut			
		Umgebung	Mehrheitl. befestigt, ca. 150 m2	-	gut			
QUALITÄTSPROFIL		Thema	Beschrieb	Rating	Rating Total W&P			
		Mikrolage	Wohnlage innerhalb Gemeinde	gut	gut - sehr gut		1.9	
			Erschliessung ÖV	sehr gut				
			Infrastruktur	reichhaltig				
		Nutzbarkeit	Grundrissqualität	mittel	mittel		3.6	
			Flexibilität der Räume	eher tief				
		Standard	Raumverhältnisse	standard	gut		2.2	
			Materialisierung	hoch				
			Technik	hoch				
		Zustand	Aussenhülle, Innen, Haustechnik	sehr gut	sehr gut		1.0	
		Rating Objekt					2.2	
MIETERSPIEGEL		Etage	Zi. Mietvertrag Beginn	Fläche	Ertrag aktuell		Ertrag Potenzial W&P	
				m2	pro Whg.	pro m2	pro Whg.	pro m2
		Erdgeschoss	2 01.01.2007	57	14'772	259	15'336	269
		Erdgeschoss	3 01.01.2007	60	15'228	254	15'522	259
		Erdgeschoss	2 01.01.2007	42	11'844	282	12'530	298
		1. Obergeschoss	3 01.01.2007	68	18'444	271	18'441	271
		1. Obergeschoss	3 01.01.2007	62	15'756	254	16'068	259
		1. Obergeschoss	2 01.01.2007	46	13'344	290	13'626	296
		2. Obergeschoss	3 01.01.2007	70	19'032	272	19'035	272
		2. Obergeschoss	3 01.01.2007	62	15'756	254	16'068	259
		2. Obergeschoss	2 01.01.2007	46	13'368	291	13'656	297
		2. Obergeschoss	2 01.01.2007	70	19'032	272	19'035	272

Objektblatt Beispiel-Liegenschaft



Kreis 7 Zürich

DATEN		Kennwert	Grösse						
		Bewertungsdatum	31.12.2006						
		Baujahr	2004						
		Letzte Gesamtsanierung	-						
		Letzte Teilsanierung	-						
		GV Wert ca.	CHF 3'500'000						
		GV Volumen ca.	6'300 m ³						
		Hauptnutzfläche SIA 416	1'323 m ²						
KONSTRUKTION		Thema	Beschrieb	Jahrgang	Zustand				
		Tragstruktur	Massivbau	2004	sehr gut				
		Dach	Tonnendach Aluminium	2004	sehr gut				
		Fassade	Wärmedämmung verputzt	2004	sehr gut				
		Haustechnik	WP mit Erdsonden / Minergie	2004	sehr gut				
		Aufzug	Glaslift	2004	sehr gut				
		Innenausbau	sehr hoher Standard	2004	sehr gut				
		Umgebung	Mehrheitl. Grünfläche, ca. 500 m ²	2004	sehr gut				
QUALITÄTSPROFIL		Thema	Beschrieb	Rating	Rating Total W&P				
		Mikrolage	Wohnlage innerhalb Gemeinde Erschliessung ÖV Infrastruktur	sehr gut gut reichhaltig	gut - sehr gut		1.8		
		Nutzbarkeit	Grundrissqualität Flexibilität der Räume	hoch sehr hoch	gut - sehr gut		1.7		
		Standard	Raumverhältnisse Materialisierung Technik	grosszügig sehr hoch sehr hoch	sehr gut		1.3		
		Zustand	Aussenhülle, Innen, Haustechnik	sehr hoch sehr gut	sehr gut		1.0		
		Rating Objekt					1.5		
MIETERSPIEGEL		Etage	Zi.	Mietvertrag Beginn	Fläche	Ertrag aktuell		Ertrag Potenzial W&P	
					m ²	pro Whg.	pro m ²	pro Whg.	pro m ²
		Erdgeschoss	5	01.06.2004	163	50'064	307	50'530	310
		Erdgeschoss	5	01.04.2004	143	57'252	400	52'910	370
		Erdgeschoss	4	01.04.2004	126	49'008	389	46'620	370
		1. Obergeschoss	5	16.12.2005	157	52'416	334	50'240	320
		1. Obergeschoss	4	01.04.2004	140	44'760	320	44'800	320
		2. Obergeschoss	5	01.04.2004	157	53'004	338	51'025	325
		2. Obergeschoss	4	01.04.2004	140	45'348	324	45'500	325
		3. Obergeschoss	5	01.04.2004	157	53'592	341	51'810	330
		3. Obergeschoss	4	01.04.2004	140	46'056	329	46'200	330

Anhang C

Datengrundlage BWS W&P der Kreise 3 und 7

ZHKREIS	FLAECHE	ETAGE	ZIMMER	MVSTART	MZAKTUELL	ERTRAGSPOT	BAUJAHR	RENTOTAL	RENOVPART
3	48	1	2			12'240	1910		1992
3	48	0	2	01.08.2001	11'388	12'240	1910		1992
3	48	2	2	01.07.2004	12'000	12'600	1910		1992
3	48	3	2	16.06.2006	11'664	12'600	1910		1992
3	48	4	2	01.02.2005	11'904	12'960	1910		1992
3	46	0	2	16.12.2004	11'400	12'000	1910		1992
3	46	1	2	01.05.2004	11'364	12'000	1910		1992
3	46	2	2	01.07.2005	11'388	12'240	1910		1992
3	46	3	2	01.09.1998	10'812	12'240	1910		1992
3	46	4	2	01.05.1992	10'812	12'600	1910		1992
3	52	0	2	01.10.1966	13'800	15'360	1942	1999	2001
3	45	0	2	01.10.1999	13'236	15'360	1942	1999	2001
3	54	0	2	01.03.2005	15'780	15'360	1942	1999	2001
3	52	1	2	01.06.2001	14'256	15'360	1942	1999	2001
3	45	1	2	01.10.2005	15'420	15'360	1942	1999	2001
3	54	1	2	01.10.1999	14'556	15'360	1942	1999	2001
3	52	2	2	01.10.1999	14'112	15'360	1942	1999	2001
3	45	2	2	01.04.2002	12'708	15'360	1942	1999	2001
3	54	2	2	01.04.2001	15'060	15'360	1942	1999	2001
3	53	0	2	01.10.1999	14'184	15'360	1942	1999	2001
3	46	0	2	16.12.2003	14'616	15'360	1942	1999	2001
3	52	0	2	01.10.1999	13'872	15'360	1942	1999	2001
3	52	1	2	01.05.2000	14'172	15'360	1942	1999	2001
3	46	1	2	01.10.2002	13'692	15'360	1942	1999	2001
3	52	1	2	16.10.2003	15'804	15'360	1942	1999	2001
3	53	2	2	01.11.2005	16'020	15'360	1942	1999	2001
3	46	2	2	01.05.2006	14'640	15'360	1942	1999	2001
3	52	2	2	01.04.2001	14'892	15'360	1942	1999	2001
3	67	0	3	01.01.2007	17'448	18'117	1893	2007	1984
3	74	1	3	01.01.2007	19'296	20'034	1893	2007	1984
3	74	2	3	01.01.2007	19'296	20'034	1893	2007	1984
3	74	3	3	01.01.2007	19'296	20'034	1893	2007	1984
3	100	4	3	01.01.2007	34'800	35'448	1893	2007	1984
3	72	2	3	01.01.2007	19'080	19'440	1895	2007	
3	72	3	3	01.01.2007	19'080	19'440	1895	2007	
3	72	4	3	01.01.2007	18'668	19'386	1895	2007	
3	63	0	3	01.01.2007	16'488	17'118	1895	2007	
3	72	1	3	01.01.2007	19'080	19'440	1895	2007	
3	57	0	2	01.01.2007	14'772	15'336	1896	1985	2007
3	60	0	3	01.01.2007	15'228	15'522	1896	1985	2007
3	42	0	2	01.01.2007	11'844	12'531	1896	1985	2007
3	68	1	3	01.01.2007	18'444	18'441	1896	1985	2007
3	62	1	3	01.01.2007	15'756	16'068	1896	1985	2007
3	46	1	2	01.01.2007	13'344	13'627	1896	1985	2007
3	71	2	3	01.01.2007	19'032	19'035	1896	1985	2007
3	62	2	3	01.01.2007	15'756	16'068	1896	1985	2007
3	46	2	2	01.01.2007	13'368	13'656	1896	1985	2007
3	71	3	3	01.01.2007	19'032	19'035	1896	1985	2007
3	62	3	3	01.01.2007	15'756	16'068	1896	1985	2007
3	46	3	2	01.01.2007	13'368	13'656	1896	1985	2007
3	71	4	3	01.01.2007	19'032	19'035	1896	1985	2007
3	46	4	2	01.01.2007	13'368	13'656	1896	1985	2007
3	62	5	3	01.01.2007	15'780	16'094	1896	1985	2007
3	46	5	2	01.01.2007	12'912	13'656	1896	1985	2007
3	62	4	3	01.01.2007	15'756	16'068	1896	1985	2007
3	76	1	4	01.01.2007	19'708	20'466	1894	2006	
3	76	2	4	01.01.2007	19'708	20'466	1894	2006	
3	76	3	4	01.01.2007	19'708	20'466	1894	2006	
3	77	4	4	01.01.2007	20'405	20'790	1894	2006	
3	85	5	3			22'100	1898	1979	
3	68	4	2	01.01.2004	14'196	16'660	1898	1979	
3	68	4	2	01.04.1992	14'268	16'660	1898	1979	
3	82	5	3	01.04.1980	17'496	21'320	1898	1979	
3	24	0	1	01.07.2004	6'540	7'200	1898	1979	
3	68	0	2	16.03.1997	12'720	16'320	1898	1979	
3	68	1	2	01.01.2005	13'320	16'660	1898	1979	

ZHKREIS	FLAECHE	ETAGE	ZIMMER	MVSTART	MZAKTUELL	ERTRAGSPOT	BAUJAHR	RENTOTAL	RENOVPART
3	68	1	2	01.07.2002	13'008	16'660	1898	1979	
3	68	2	2	01.12.1992	11'760	16'660	1898	1979	
3	68	2	2	16.11.2002	13'260	16'660	1898	1979	
3	68	3	2	01.06.2005	14'040	16'660	1898	1979	
3	68	3	2	01.01.1992	14'304	16'660	1898	1979	
3	68	0	3	01.08.2003	14'244	14'244	1954		
3	49	0	2	01.04.2003	12'300	12'300	1954		
3	70	0	3	01.07.2003	12'324	12'324	1954		
3	69	1	3	01.07.2003	13'164	13'164	1954		
3	50	1	2	01.07.2003	11'064	11'064	1954		
3	70	1	3	01.07.2003	12'636	12'636	1954		
3	69	2	3	01.07.2003	13'404	13'404	1954		
3	50	2	2	01.07.2003	11'850	11'850	1954		
3	70	2	3	15.04.2004	12'912	12'912	1954		
3	69	3	3	01.07.2003	14'172	14'172	1954		
3	50	3	2	01.07.2003	9'936	9'936	1954		
3	70	3	3	01.07.2003	13'128	13'128	1954		
3	30	0	1	01.07.2003	9'336	9'336	1954		
3	75	0	2	01.07.2003	12'108	12'108	1954		
3	79	1	3	01.07.2003	14'592	14'592	1954		
3	51	1	2	01.09.2003	11'100	11'100	1954		
3	68	1	3	01.07.2003	16'200	16'200	1954		
3	79	2	3	01.07.2003	16'128	16'128	1954		
3	51	2	2	01.07.2003	11'364	11'364	1954		
3	68	2	3	01.07.2003	13'800	13'800	1954		
3	79	3	3	01.07.2003	16'512	16'512	1954		
3	51	3	2	01.07.2003	11'826	11'826	1954		
3	68	3	3	01.07.2003	13'740	13'740	1954		
3	21	1	1	01.07.2003	6'552	6'552	1956	2002	
3	56	1	2	01.04.2004	13'440	13'440	1956	2002	
3	78	1	3	01.07.2003	15'600	15'600	1956	2002	
3	65	1	3	15.02.2004	16'440	16'440	1956	2002	
3	56	2	2	01.07.2003	12'018	12'018	1956	2002	
3	77	2	3	01.07.2003	15'288	15'288	1956	2002	
3	86	2	4	01.07.2003	18'480	22'080	1956	2002	
3	55	3	2	01.07.2003	12'018	12'018	1956	2002	
3	77	3	3	01.11.2003	17'010	17'010	1956	2002	
3	86	3	4	01.07.2003	21'600	22'080	1956	2002	
3	38	4	1	01.05.2004	10'380	10'380	1956	2002	
3	96	4	3	01.07.2003	20'400	20'736	1956	2002	
3	86	4	4	01.07.2003	21'600	22'080	1956	2002	
3	117	5	4	01.05.2004	32'406	34'206	1956	2002	
3	64	1	3	01.07.2003	13'656	13'656	1914	1985	2002
3	63	1	3	01.07.2003	13'428	13'428	1914	1985	2002
3	64	2	3	01.07.2003	13'392	13'392	1914	1985	2002
3	63	2	3	01.10.2003	13'128	13'128	1914	1985	2002
3	57	3	2	01.08.2003	12'312	12'312	1914	1985	2002
3	57	3	2	01.10.2003	12'192	12'192	1914	1985	2002
3	86	6	1	01.10.2003	19'716	19'716	1927	2003	
3	131	1	5	01.10.2003	27'870	27'870	1927	2003	
3	102	6	4	01.10.2003	26'400	29'088	1927	2003	
3	106	1	3	01.10.2003	22'296	22'296	1928	2003	
3	140	1	5	01.10.2003	29'808	29'808	1928	2003	
3	147	6	4	01.10.2003	31'680	35'232	1928	2003	
3	132	1	4	01.10.2003	27'696	27'696	1928	2003	
3	121	1	4	01.10.2003	28'278	28'278	1928	2003	
3	157	6	5	01.04.2004	37'920	42'576	1928	2003	
3	153	6	4	01.10.2003	39'078	39'078	1928	2003	
3	75	1	2	01.10.2003	17'370	17'370	1928	2003	
3	88	6	1	01.10.2003	21'708	21'708	1928	2003	
3	74	0	3	01.08.1995	14'700	17'020	1931	1999	
3	74	0	3	16.07.1966	14'076	17'020	1931	1999	
3	74	1	3	01.03.2003	15'432	17'020	1931	1999	
3	74	1	3	16.11.2000	15'000	17'020	1931	1999	
3	74	2	3	01.02.2006	16'536	17'020	1931	1999	
3	74	2	3	01.05.1999	15'588	17'020	1931	1999	

ZHKREIS	FLAECHE	ETAGE	ZIMMER	MVSTART	MZAKTUELL	ERTRAGSPOT	BAUJAHR	RENTOTAL	RENOVPART
3	57	3	2	01.06.2001	12'864	13'110	1931	1999	
3	94	3	4	01.09.1989	17'364	21'620	1931	1999	
3	66	4	3	01.10.2002	15'468	16'500	1931	1999	
3	66	4	3	01.07.2002	15'708	16'500	1931	1999	
3	74	0	3		16'620	19'672	1936	1986	2001
3	50	1	2		12'612	14'297	1936	1986	2001
3	51	1	2		15'480	14'583	1936	1986	2001
3	50	2	2		13'560	14'297	1936	1986	2001
3	51	2	2		15'600	14'583	1936	1986	2001
3	50	3	2		12'612	14'297	1936	1986	2001
3	51	3	2		15'600	14'583	1936	1986	2001
3	50	4	2		15'000	14'297	1936	1986	2001
3	51	4	2		12'612	14'583	1936	1986	2001
3	45	0	2		13'944	12'543	1936	1986	2001
3	53	0	2		13'860	14'773	1936	1986	2001
3	45	1	2		15'240	12'867	1936	1986	2001
3	53	1	2		15'240	15'155	1936	1986	2001
3	45	2	2		13'656	12'867	1936	1986	2001
3	53	2	2		13'680	15'155	1936	1986	2001
3	45	3	2		15'240	12'867	1936	1986	2001
3	53	3	2		12'144	15'155	1936	1986	2001
3	45	4	2		13'392	12'867	1936	1986	2001
3	53	4	2		12'816	15'155	1936	1986	2001

ZHKREIS	FLAECH	ETAGE	ZIMMER	MVSTART	MZAKTUELL	ERTRAGSPOT	BAUJAHR	RENTOTAL	RENOVPART
7	53	2	2			19'610	1977		1995
7	28	0	1			9'800	1977		1995
7	32	2	1			11'200	1977		1995
7	28	0	1	01.10.1998	7'044	9'800	1977		1995
7	53	0	2	01.04.1993	13'788	19'610	1977		1995
7	54	0	2	01.11.1999	13'500	19'980	1977		1995
7	34	1	1	01.07.2003	9'672	11'900	1977		1995
7	32	1	1	01.07.2003	9'516	11'200	1977		1995
7	34	2	1	01.07.1983	9'540	11'900	1977		1995
7	54	2	2	01.04.1994	14'760	19'980	1977		1995
7	54	3	2	01.08.1999	19'428	19'980	1977		1995
7	59	3	2	01.11.1997	22'020	21'830	1977		1995
7	140	3	5	01.04.2004	74'400	71'400	1944	1985	
7	140	0	5	01.07.2004	46'800	49'000	1944	1985	
7	140	1	5	16.09.2006	55'200	56'000	1944	1985	
7	140	2	5	01.04.2004	56'400	56'000	1944	1985	
7	130	1	5			33'480	1949	1983	1999
7	168	0	6	01.10.1984	35'160	43'080	1949	1983	1999
7	146	1	6	01.05.1996	29'640	37'080	1949	1983	1999
7	134	2	5	01.12.1987	28'272	34'680	1949	1983	1999
7	146	2	6	01.02.1999	36'588	37'080	1949	1983	1999
7	114	0	3		21'360	23'940	1984		
7	114	1	4		21'240	24'624	1984		
7	65	1	2		16'368	16'965	1984		
7	114	2	4		24'360	24'624	1984		
7	65	2	2		17'004	16'965	1984		
7	96	3	3		28'224	29'760	1984		
7	68	0	2		14'640	17'748	1984		
7	114	1	4		24'468	24'624	1984		
7	65	1	2		16'884	16'965	1984		
7	114	2	4		23'376	24'624	1984		
7	65	2	2		17'268	16'965	1984		
7	96	3	3		29'592	29'760	1984		
7	68	0	2		14'436	17'748	1984		
7	114	1	4		21'324	24'624	1984		
7	65	1	2		16'056	16'965	1984		
7	114	2	4		23'460	24'624	1984		
7	65	2	2		17'520	16'965	1984		
7	96	3	3		29'724	29'760	1984		
7	114	0	3		22'128	23'940	1984		
7	114	1	4		25'380	24'624	1984		
7	65	1	2		16'824	16'965	1984		
7	114	2	4		26'856	24'624	1984		
7	65	2	2		17'088	16'965	1984		
7	96	3	3		29'508	29'760	1984		
7	68	0	2		14'640	17'748	1984		
7	114	1	4		20'472	24'624	1984		
7	65	1	2		17'664	16'965	1984		
7	114	2	4		23'424	24'624	1984		
7	65	2	2		17'940	16'965	1984		
7	96	3	3		28'992	29'760	1984		
7	163	0	5	01.04.2004	43'584	50'530	2004		
7	157	1	5	01.04.2005	47'808	50'240	2004		
7	140	1	4	01.04.2004	40'644	44'800	2004		
7	157	2	5	01.04.2004	47'712	51'025	2004		
7	140	2	4	01.08.2006	41'232	45'500	2004		
7	157	3	5	01.04.2004	48'300	51'810	2004		
7	140	3	4	01.04.2004	41'820	46'200	2004		
7	143	4	5	01.04.2004	53'592	52'910	2004		
7	126	4	4	01.04.2004	46'032	46'620	2004		
7	163	0	5	01.06.2004	50'064	50'530	2004		
7	157	1	5	16.12.2005	52'416	50'240	2004		
7	140	1	4	01.04.2004	44'760	44'800	2004		
7	157	2	5	01.04.2004	53'004	51'025	2004		
7	140	2	4	01.04.2004	45'348	45'500	2004		
7	157	3	5	01.04.2004	53'592	51'810	2004		

ZHKREIS	FLAECHE	ETAGE	ZIMMER	MVSTART	MZAKTUELL	ERTRAGSPOT	BAUJAHR	RENTOTAL	RENOVPART
7	140	3	4	01.04.2004	46'056	46'200	2004		
7	143	0	5	01.04.2004	57'252	52'910	2004		
7	126	0	4	01.04.2004	49'008	46'620	2004		
7	163	0	5	16.06.2004	49'476	50'530	2004		
7	157	1	5	01.09.2005	52'800	50'240	2004		
7	140	1	4	01.04.2004	44'172	44'800	2004		
7	157	2	5	01.04.2004	52'416	51'025	2004		
7	140	2	4	01.04.2004	44'760	45'500	2004		
7	157	3	5	01.04.2004	53'148	51'810	2004		
7	140	3	4	01.04.2004	45'348	46'200	2004		
7	143	0	5	01.04.2004	56'676	52'910	2004		
7	126	0	4	01.04.2004	48'396	46'620	2004		
7	104	0	3	01.05.2005	24'000	23'920	1915		
7	105	0	3	01.07.1996	19'680	24'150	1915		
7	104	1	3	16.02.1997	19'380	23'920	1915		
7	105	1	3	01.05.2006	23'940	24'150	1915		
7	104	2	3	16.07.1983	20'916	23'920	1915		
7	105	2	3	01.10.1998	21'684	24'150	1915		
7	100	3	3	16.04.1980	20'928	23'000	1915		
7	102	3	3	01.04.2000	20'940	23'460	1915		
7	162	0	6	01.07.2006	46'800	48'000	1928		
7	77	0	3	01.04.1993	15'600	20'400	1928		
7	165	1	6	01.07.2002	44'400	48'000	1928		
7	79	1	3	01.04.1977	14'496	20'400	1928		
7	165	2	6	01.10.2005	44'220	48'000	1928		
7	79	2	3	01.04.1977	9'108	20'400	1928		
7	134	3	5	01.10.1985	21'816	30'000	1928		
7	102	1	4	01.06.1993	23'268	24'271	1929		
7	120	1	4	01.04.2004	26'292	27'772	1929		
7	102	2	4	01.04.2004	20'904	24'292	1929		
7	120	2	4	01.07.2005	27'972	27'772	1929		
7	101	3	3	01.09.1981	11'544	22'217	1929		
7	115	3	4	01.06.2005	30'684	29'883	1929		
7	100	0	4	01.04.1977	10'428	25'743	1938		
7	88	1	3	01.07.2005	20'880	22'558	1938		
7	108	1	4	01.10.2000	28'476	32'537	1938		
7	108	2	4	01.05.1984	15'504	27'702	1938		
7	88	2	3	16.02.2006	21'600	22'119	1938		
7	115	3	4	01.09.1998	27'492	31'708	1938		
7	58	3	2	01.10.2006	13'200	13'200	1938		
7	74	-1	3	01.02.2004	27'204	29'008	1911		
7	35	-1	1	01.01.2000	12'888	13'142	1911		
7	111	0	5	01.07.2003	39'084	41'356	1911		
7	93	0	3	01.07.2003	29'628	30'879	1911		
7	112	1	5	01.02.2002	40'236	40'963	1911		
7	96	1	3	16.07.1993	30'228	32'999	1911		
7	112	2	5	01.10.1991	36'480	40'596	1911		
7	96	2	3	01.10.1991	30'108	32'887	1911		
7	114	3	5	01.10.2003	45'492	46'573	1911		
7	89	3	3	01.10.1991	31'032	31'704	1911		
7	142	0	6	01.11.2005	40'032	48'208	1911		
7	152	1	6	01.04.2006	46'644	55'813	1911		
7	152	2	6	01.10.1991	47'196	54'766	1911		
7	145	3	6	01.10.2005	51'564	52'161	1911		
7	66	0	3	01.07.2003	14'208	14'208	1927		
7	61	0	3	01.10.2003	14'568	14'568	1927		
7	65	1	3	01.10.2003	26'820	30'420	1927		
7	66	2	3	01.07.2003	15'096	15'096	1927		
7	62	2	3	01.10.2003	14'700	14'700	1927		
7	63	6	3	01.07.2003	14'544	14'544	1927		
7	63	6	3	01.07.2003	14'544	14'544	1927		
7	133	1	5	01.04.2004	32'760	32'760	1911		
7	133	2	5	01.07.2003	31'176	31'176	1911		
7	128	6	5	01.07.2003	33'102	33'102	1911		
7	102	6	2	01.07.2003	25'344	25'344	1911		
7	78	0	4	15.08.2003	14'436	14'436	1906		

ZHKREIS	FLAECH	ETAGE	ZIMMER	MVSTART	MZAKTUELL	ERTRAGSPOT	BAUJAHR	RENTOTAL	RENOVPART
7	93	1	4	15.08.2003	16'716	16'716	1906		
7	93	2	4	01.07.2003	19'800	19'800	1906		
7	93	3	4	15.08.2003	17'316	17'316	1906		
7	69	6	3	01.10.2003	19'800	19'800	1906		
7	29	1	1	01.07.2003	6'348	6'348	1812		
7	28	1	1	01.07.2003	6'348	6'348	1812		
7	29	2	1	01.07.2003	6'348	6'348	1812		
7	28	2	1	01.07.2003	6'348	6'348	1812		
7	57	6	2	01.07.2003	11'124	11'124	1812		
7	95	-1	3	01.10.2003	17'880	21'816	1923		
7	103	-1	3	01.10.2003	20'088	21'816	1923		
7	110	-1	4	01.10.2003	24'600	26'808	1923		
7	103	0	4	01.07.2004	23'712	23'712	1923		
7	101	6	4	01.10.2003	23'040	24'900	1923		
7	100	6	4	01.10.2003	19'404	24'900	1923		
7	106	1	4	01.10.2003	19'464	22'056	1923		
7	105	1	4	01.10.2003	19'920	22'056	1923		
7	92	6	3	01.10.2003	26'088	26'088	1923		

Anhang D

Mietpreisindex der Stadt Zürich

Anhang E

Mietspiegel der Stadt Bonn (D)

Vergleichsmiete selbst errechnen

A Wohnfläche *		B Wohnlage		C Ausstattung		D Baujahr	
Baujahr	Wohnfläche	Wohnlage	Wohnfläche	Zusatzausstattung	Zusatzausstattung	Baujahr	Punkte
1948	1948	1949	1948	bis 1948	1949 bis 2001	1948	1949
20 m²	9,233	71 m²	6,901	1	0,324	1948	100
21 m²	9,177	72 m²	6,901	2	0,328	1949	99
22 m²	9,121	73 m²	6,901	3	0,332	1950	98
23 m²	9,065	74 m²	6,901	4	0,336	1951	97
24 m²	9,009	75 m²	6,901		0,340	1952	96
25 m²	8,953	76 m²	6,901		0,344	1953	95
26 m²	8,897	77 m²	6,901		0,348	1954	94
27 m²	8,841	78 m²	6,901		0,352	1955	93
28 m²	8,785	79 m²	6,901		0,356	1956	92
29 m²	8,729	80 m²	6,901		0,360	1957	91
30 m²	8,673	81 m²	6,901		0,364	1958	90
31 m²	8,617	82 m²	6,901		0,368	1959	89
32 m²	8,561	83 m²	6,901		0,372	1960	88
33 m²	8,505	84 m²	6,901		0,376	1961	87
34 m²	8,449	85 m²	6,901		0,380	1962	86
35 m²	8,393	86 m²	6,901		0,384	1963	85
36 m²	8,337	87 m²	6,901		0,388	1964	84
37 m²	8,281	88 m²	6,901		0,392	1965	83
38 m²	8,225	89 m²	6,901		0,396	1966	82
39 m²	8,169	90 m²	6,901		0,400	1967	81
40 m²	8,113	91 m²	6,901		0,404	1968	80
41 m²	8,057	92 m²	6,901		0,408	1969	79
42 m²	8,001	93 m²	6,901		0,412	1970	78
43 m²	7,945	94 m²	6,901		0,416	1971	77
44 m²	7,889	95 m²	6,901		0,420	1972	76
45 m²	7,833	96 m²	6,901		0,424	1973	75
46 m²	7,777	97 m²	6,901		0,428	1974	74
47 m²	7,721	98 m²	6,901		0,432	1975	73
48 m²	7,665	99 m²	6,901		0,436	1976	72
49 m²	7,609	100 m²	6,901		0,440	1977	71
50 m²	7,553	101 m²	6,901		0,444	1978	70
51 m²	7,497	102 m²	6,901		0,448	1979	69
52 m²	7,441	103 m²	6,901		0,452	1980	68
53 m²	7,385	104 m²	6,901		0,456	1981	67
54 m²	7,329	105 m²	6,901		0,460	1982	66
55 m²	7,273	106 m²	6,901		0,464	1983	65
56 m²	7,217	107 m²	6,901		0,468	1984	64
57 m²	7,161	108 m²	6,901		0,472	1985	63
58 m²	7,105	109 m²	6,901		0,476	1986	62
59 m²	7,049	110 m²	6,901		0,480	1987	61
60 m²	6,993	111 m²	6,901		0,484	1988	60
61 m²	6,937	112 m²	6,901		0,488	1989	59
62 m²	6,881	113 m²	6,901		0,492	1990	58
63 m²	6,825	114 m²	6,901		0,496	1991	57
64 m²	6,769	115 m²	6,901		0,500	1992	56
65 m²	6,713	116 m²	6,901		0,504	1993	55
66 m²	6,657	117 m²	6,901		0,508	1994	54
67 m²	6,601	118 m²	6,901		0,512	1995	53
68 m²	6,545	119 m²	6,901		0,516	1996	52
69 m²	6,489	120 m²	6,901		0,520	1997	51
70 m²	6,433	121 m²	6,901		0,524	1998	50

* = Zwischenwerte müssen interpoliert werden!

A	X	(C)	=	Miete /m²
A	X	(B)	+	Miete /m²
A	X	(B)	+	Miete /m²
A	X	(D)	=	Miete /m²

Ausstattung

Standardausstattung	Punkte
Balkon und WC innerhalb der Wohnung vorhanden	+3
Bad- oder Duschwanne-Basse und Handwaschbecken vorhanden	+3
Fußbodenbelag im Bad / Fliesen	+3
Fußbodenbelag in Wohn- u. Schlafräumen Parkett, Teppichboden mittlere bis hochwertige	+3
Zentral- oder Zentralheizung	+3
Bestimmte Elektroanschlüsse für die einzelnen Räume und Haushaltsgeräte, eine und mehr Steckdosen im Wohnraum	+3
ein Antennen- und/oder Telefonanschluss in der Wohnung	+3
Gepäckträger vorhanden	+3
Eingangstür in einleimer teicher Ausführung	+3
Erläuterung bei mitterer Ausstattunggrad des Eingangsbereichs der Gebäudes (Eingangstür aus Holz oder Metall in welcher als mittlerer Qualität, Treppenh aus Holz, Türen oder Kunststoff, Treppenh aus einleimer (Stufenrand) als mittlerer Qualität in einleimer Gestaltung)	+3
Grundausstattung	100
Abweichungen von der Standardausstattung	
Fenster ohne Isolierverglasung	-3
Wohnungsgegenständen mit guter Schalldämmung und Einbruchschrimung	+3
Keine einzelnen Elektroanschlüsse für Wohnräume und Geräte	-2
Keine Gepäckschrauben vorhanden	-2
Antennen- und/oder Telefonanschluss in mehreren Räumen	+3
Fußboden im Bad mit Kunststoffbelag	-2
Fußboden in der Küche mit Fliesenbelag	-2
Fußboden in Wohn- und Schlafräumen mit Kunststoffbelag	-10
Erdbeben	-4
Nachschneckenutzung	+4
Putz- oder Marmorsteinwänden	+4
Stabile Eingangstür aus Holz, Metall oder PVC in guter bis mittlerer Qualität, evtl. mit Glas, aufwendige Einbruchschrimung, evtl. in Tür integriert, Metall-Treppenh aus Qualitätsmaterial, Deckputz oder qualitativ ähnlich hochwertige Beschichtung im Treppenh, Gittereinstiegung des Eingangsbereichs	+4
Summe = Grundausstattung	100
Zusatzausstattung	
ein Blei im Bad vorhanden	+3
ein zweites Waschbecken im Bad vorhanden	+4
Bleiermünder überwiegend gefliest (mischweise 1,60 m hoch)	+7
überwiegende Sanitärabläufe in Bad und WC	+9
zweites WC (Glas-WC) in Wohnungen mit weniger als vier Räumen	+6
Wohnfläche im Bad / WC mit weniger als 1,60 m hoch	+3
Möbeln mit weniger als fünf (Wohnraum)	+3
Rolläden an den Fenstern ab dem ersten Obergeschoss	+3
Balkon oder Terrasse mit ausreichend großer Fläche	+3
Gemeinschaftswaschmaschine und/oder Gemeinschaftswäscherecke	+3
Fliesenräume	+3
Summe = Zusatzausstattung	

Beispiel:	
65 m², Wohnung 3,	
Grundausstattung 109 Pkt.,	
Zusatzausstattung 19 Pkt.,	
Baujahr 1987	
	A
	B
	C
	D
	5 (BCD)
	1,115
	Miete = 7,09 /m²

Beispiel:	
65 m², Wohnung 3,	
Grundausstattung 96 Pkt.,	
Zusatzausstattung 7 Pkt.,	
Baujahr 1900	
	A
	B
	C
	D
	2,8C
	1,012
	Miete = 6,56 /m²

Quelle: Stadt Bonn (D) – Mietspiegel Berechnungstabelle 01.01.2002, http://www.bonn.de/umwelt_gesundheit_planen_bauen_wohnen/mietspiegel/04964/index.html?lang=de, Abrufdatum: 25.06.2007.

LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS

Credit Suisse Economic Research (Hrsg.): Swiss Issues Immobilien – Die Mieten in der Schweiz, Zürich 2006.

Credit Suisse Economic Research (Hrsg.): Swiss Issues Immobilien – Immobilienmarkt 2007 – Fakten und Trends, Zürich 2007.

Ecoplan & Fahrländer Partner: EFICAS - Langfristige Perspektiven im Schweizer Immobilienmarkt. Studie im Auftrag der Pensimo Management AG, Zürich (Hrsg.). Zürich: Stäubli 2007.

Fahrländer, Stefan S.: Hedonische Immobilienbewertung, Eine empirische Untersuchung der Schweizer Märkte für Wohneigentum 1985 bis 2005. München: Martin Meidenbauer 2007.

Geiger, Martin: Der Mietwohnungsmarkt. Schriftenreihe Wohnungswesen, Band 77. Bern: Bundesamt für Wohnungswesen 2006.

Geltner, David M. / Miller, Norman G.: Commercial Real Estate Analysis and Investments. Ohio: South-Western 2001.

Haase, Ronny / Kytzia, Susanne: Mietertragspotenziale – Hedonische Mietpreismodellierung für Büroimmobilien, in: NSL – Netzwerk Stadt und Landschaft, ETH Zürich (Hrsg.): disP, Heft 168 1/2007, 43. Jahrgang, Zürich 2007, S. 56 bis 73.

Haupt, Harald: Die Charakteristika des Hedonischen Gutes Wohnung. Frankfurt/Main: Lang 2002.

Heye, Corina / Leuthold, Heiri: Segregation und Umzüge in der Stadt und Agglomeration Zürich, Statistisches Amt des Kantons Zürich, Zürich 2004.

Kotler, Philip / Keller, Kevin L. / Bliemel, Friedhelm: Marketing-Management. 12. aktualisierte Aufl., München: Pearson Studium 2007.

Mändle, Eduard / Galonska, Jürgen: Wohnungs- und Immobilien-Lexikon. Hamburg: Hammonia 1997.

Neue Zürcher Zeitung (Hrsg.): Immo-Barometer 2006, Zürich 2006.

Reetz, Norbert: Einführung in die mikroökonomische Theorie. 8. Aufl., St. Gallen: Wilhelm Surbir 1999.

Rieder, Thomas: Die Bestimmung der Mieten in der Schweiz, Ein hedonisches Modell unter Berücksichtigung der räumlichen Struktur zur Analyse der Mietpreise in der Schweiz, Lizenziatsarbeit, Universität Bern, Bern 2005.

Schulte, Karl W. (Hrsg.): Immobilienökonomie – Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 3. aktualisierte Aufl., München: Oldenbourg 2005.

Simon, Hermann: Preismanagement, Analyse - Strategie – Umsetzung. 2. Aufl., Wiesbaden: Gabler 1992.

Statistik Stadt Zürich (Hrsg.): Wohnverhältnisse und Wohnflächenverbrauch der Bevölkerung in der Stadt Zürich – 2003, Zürich 2005.

Trotz, Raymond (Hrsg.): Immobilien – Markt- und Objektrating. 1. Aufl., Köln: Rudolf Müller 2004.

Wüest & Partner (Hrsg.): Immo-Monitoring 2007 / 1, Analysen & Prognosen – Fokus Wohnungsmarkt, Zürich 2006.

Zeugin, Peter: Immobilienmarketing, Vorlesungsunterlagen CUREM, Jahrgang 06/07, Zürich 2007.

EHRENWÖRTLICHE ERKLÄRUNG

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Masterthesis

*«Preisdifferenzierung von Mietwohnungen innerhalb des Gebäudes
am Beispiel der Stadt Zürich, Kreise 3 und 7»*

selbst angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

Zürich, den 20. Juli 2007
