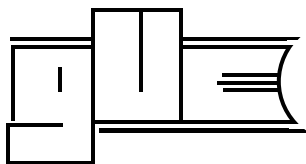


Nikolai Alexander Mader

# **Der Wertbeitrag von Stil bei Immobilien**



GUC - Verlag der Gesellschaft für  
Unternehmensrechnung und Controlling m.b.H.  
Chemnitz 2010

**Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme**

<http://www.ddb.de>

**Mader, Nikolai Alexander:**

Der Wertbeitrag von Stil bei Immobilien / Nikolai Alexander Mader - Chemnitz: Verlag der GUC, 2010

(Dissertationsreihe; 43)

Zugl.: Chemnitz, Technische Universität, Diss., 2010

ISBN 978-3-934235-86-1

© 2010 by Verlag der GUC - Gesellschaft für Unternehmensrechnung und Controlling  
m.b.H. GUC m.b.H. · Chemnitz · Löbnitz

<http://www.guc-verlag.de>

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist - wenn sie ohne Zustimmung des Verlages erfolgt - unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Druck: friedrichbedrich, Göttingen

Gedruckt auf säurefreiem Papier - alterungsbeständig

Printed in Germany

ISBN 978-3-934235-86-1

## **Geleitwort**

Jahrzehnte des Friedens und des Wirtschaftswachstums haben dazu geführt, dass die Wohnungsnot der Nachkriegszeit überwunden werden konnte. Mittlerweile führt die rückläufige demographische Entwicklung in vielen Teilen Deutschlands sogar schon heute zu einem Überangebot an Wohnraum, das sein volles Ausmaß erst in Jahrzehnten erreicht haben dürfte. Die Zeiten, in denen fast jeglicher Wohnraum zu vermarkten war, da die Menschen ein „Dach überm Kopf“ brauchten, scheinen also der Vergangenheit anzugehören. Es ist zu erwarten, dass die Nachfrager in Zukunft wählerischer werden und qualitative Aspekte von Immobilien an Bedeutung gewinnen.

Eine der auffälligsten Eigenarten einer Immobilie ist ihr optisches Erscheinungsbild, und wohl niemand würde ernsthaft von sich behaupten, dass ihm das Erscheinungsbild der Immobilie, die er bewohnt, als auch das Erscheinungsbild der Nachbarschaft völlig egal sei. Wo aber ein Bedürfnis ist bzw. Präferenzen vorliegen, sollte grundsätzlich auch eine Zahlungsbereitschaft existieren, die sich schließlich im Wert niederschlägt. Es überrascht daher vielleicht ein bisschen, dass es bisher weltweit nur wenige Untersuchungen gibt, die sich mit dem Wert ästhetischer Gestaltung bei Immobilien beschäftigen. Eine Ursache hierfür liegt sicherlich in der Schwierigkeit, die ästhetische Gestaltung von Immobilien zweckmäßig zu kategorisieren und zu messen.

Vorliegende Arbeit leistet einen Beitrag, das Verständnis für die Bedeutung und Wirkungsweise von Stil bei Immobilien und seinen Wert zu verbessern. Unter Stil wird dabei die Art und Weise der architektonischen Gestaltung in ästhetischer Hinsicht verstanden. Gemäß diesem allgemeinen Stilverständnis geht es in vorliegender Arbeit primär nicht um den Einfluss formaler Einhaltung von Architekturstilen auf den Wert von Immobilien, sondern allgemein um den Einfluss von Gestaltung auf den Wert. Der Einfluss der Gestaltung auf den Wert wurde anhand einer Auswahl von Bau- bzw. Stilelementen (Elementen, an denen sich Stil äußern kann) untersucht. In einem Fragebogen wurde jedes Element in unterschiedlichen Varianten präsentiert. Im Rahmen einer empirischen Erhebung hatten Probanden dann anzugeben, welche Gestaltungsvariante sie jeweils präferieren und wie hoch ihre zusätzliche Zahlungsbereitschaft für diese jeweils präferierte Gestaltungsvariante im Vergleich zu einer einfachen Gestaltungsvariante war. Für die jeweils meistpräferierte Variante

wurden zusätzlich die stilbedingten Mehrkosten abgeschätzt, um zu sehen, inwieweit sich gestaltungsreiche Baustile „lohnen“.

Die Untersuchung führte insbesondere zu folgenden Ergebnissen:

- Es existiert ein Bedürfnis nach Stil, d.h. es war den Probanden nicht egal, welche Gestaltungsvariante sie in ihrem Wohnumfeld vorfinden. Die Probanden präferierten i.d.R. zwar unterschiedliche Varianten eines Stilelements, aber nur in einem sehr engen Rahmen. Die Stilpräferenzen sind insoweit erstaunlich wenig individuell, so dass sich relativ eindeutige Aussagen zur prinzipiellen Vorteilhaftigkeit bestimmter Stilelemente oder -varianten ableiten lassen. Es eröffnen sich für die Bauindustrie Möglichkeiten zur Segmentierung und Standardisierung.
- Das Bedürfnis nach Stil äußert sich auch in einer positiven Zahlungsbereitschaft. Bei Bestandsimmobilien schlägt sich Stil daher in höheren Mieten bzw. Preisen nieder. Bei Neubauvorhaben reicht die Zahlungsbereitschaft nur bei einem Teil der Probanden aus, die gestaltungsbedingten Mehrkosten zu tragen. Hier ist die Ausstattung also möglichst genau auf die Zielgruppe abzustimmen.
- Beeindruckend eindeutig wird eine homogene Bebauung präferiert. Bauliche Situationen, in denen sich ein Gebäude nicht harmonisch in den Kontext einfügt, werden abgelehnt. „Störende“ Gebäude lösen also negative externe Effekte aus. Die störende Wirkung steigt mit der Größe bzw. Massigkeit des „störenden“ Gebäudes.

Damit sind nur einige der interessanten Ergebnisse der vorliegenden Arbeit genannt. Die Resultate können für Bauherren, Bauträger und Investoren nützlich sein, da die ästhetische Gestaltung von Immobilien einen erheblichen Einfluss auf die Profitabilität von Immobilien haben kann. Für die kommunalen Stadtplanungen stellt sich die Frage, ob sie sich zukünftig nicht aktiver als bisher bei baulichen Gestaltungsfragen einbringen sollten, um den Charme gewachsener Viertel zu bewahren und, wo erforderlich, Umgestaltungen von Vierteln gesamthaft zu planen, um nicht Werte zu vernichten.

## **Inhaltsverzeichnis**

I. Einleitung .....	1
I.1 Ausgangssituation und Zielsetzung .....	1
I.2 Stand der Literatur .....	3
I.3 Gang der Untersuchung .....	12
II. Stil in der Immobilienwirtschaft .....	14
II.1 Immobilien und ihre wirtschaftliche Bedeutung in der BRD .....	14
II.1.1. Der Immobilienbegriff .....	14
II.1.2. Nachfragerückgang am Wohnungsmarkt.....	17
II.2 Stil .....	21
II.2.1. Stil und Architektur.....	21
II.2.2. Stilelemente.....	23
II.2.3. Architektur der Gegenwart.....	28
II.3 Bedürfnis nach Stil.....	31
II.3.1. Die Bedürfnispyramide nach MASLOW.....	31
II.3.2. Stil und Wohnzufriedenheit .....	37
II.4 Staatliche Einflussnahmemöglichkeiten auf Stil.....	39
II.5 Stil und Wert .....	45
II.5.1. Einfluss auf Preise, Mieten und Kosten .....	45
II.5.2. Berücksichtigung von Stil in normierten Bewertungsverfahren.....	47
III. Empirische Untersuchung des Wertbeitrages von Stil .....	52
III.1 Fragebogenstruktur .....	52
III.2 Methodik .....	54
III.2.1. Vorgehen zum Nachweis des Bedürfnisses nach Stil.....	54
III.2.2. Vorgehen zur Messung der Zahlungsbereitschaft für Stil .....	55
III.2.3. Vorgehen zur Schätzung der Kosten der getesteten Stilelemente .....	69
III.2.4. Auswahl der Probanden .....	70
III.3 Erhobene Stilelemente und ihre Varianten .....	72
III.4 Ergebnisse .....	85
III.4.1. Erhobene Stichprobe.....	85
III.4.2. Bedürfnis nach Stil.....	88
III.4.2.1. Signifikanz des Bedürfnisses nach Stil.....	88
III.4.2.2. Bedürfnisunterschiede nach ausgewählten persönlichen Merkmalen .....	92

III.4.2.3. Betrachtung der getesteten Stilelemente .....	96
III.4.3. Zahlungsbereitschaft für Stil.....	101
III.4.3.1. Überblick.....	101
III.4.3.2. Zahlungsbereitschaften für die untersuchten Stilelemente .....	104
III.4.3.3. Zahlungsbereitschaften und Persönlichkeitsmerkmale .....	112
III.4.3.4. Einflussfaktoren der Zahlungsbereitschaften.....	115
III.4.3.5. Weitere Fragestellungen zu den Zahlungsbereitschaften.....	120
III.4.3.6. Barwerte der Zahlungsbereitschaften.....	122
III.4.4. Gegenüberstellung der Kosten und Zahlungsbereitschaften für Stil .....	125
III.4.4.1. Stilelemente der Perspektive im Gebäude .....	125
III.4.4.2. Stilelemente der Perspektive am Gebäude.....	133
III.4.4.3. Nachrüstbarkeit von Stilelementen .....	141
III.4.5. Zusatzfragen.....	144
III.4.5.1. Stil im beruflichen Umfeld .....	144
III.4.5.2. Präferierte Architekturtrends.....	149
IV. Zusammenfassung .....	153
V. Anhang .....	158
V.1 Kostenschätzung der getesteten Stilelemente im Gebäude.....	158
V.2 Kostenschätzung der getesteten Stilelemente am Gebäude .....	162
V.3 Statistische Tests zu den Stilpräferenzen .....	168
V.4 Statistische Tests zu den Zahlungsbereitschaften über alle Stilperspektiven .....	178
V.5 Statistische Tests zu den Zahlungsbereitschaften im Gebäude.....	187
V.6 Statistische Tests zu den Zahlungsbereitschaften am Gebäude .....	195
V.7 Statistische Tests zu den Zahlungsbereitschaften im Gebäudekontext.....	203
V.8 Ermittlung der Funktion zur Adjustierung der Zahlungsbereitschaften .....	211
V.9 Weitere statistische Untersuchungen zu den Zahlungsbereitschaften .....	213
V.10 Formeln zur Ermittlung der Barwerte .....	215
V.11 Regressionsergebnisse.....	216
V.12 Operationalisierung der Großflächigkeit.....	218
V.13 Korrelationsanalyse bzgl. Kosten und Großflächigkeit der Stilelemente .....	219
V.14 Profitabilität verschiedener Varianten ausgewählter Fragen .....	220
V.15 Statistische Untersuchungen zu den Kosten von Stil.....	222
V.16 Statistische Untersuchungen zur Lohnverzichtsbereitschaft.....	223
VI. Literaturverzeichnis .....	225