

Bedarfsermittlung von Bauvorhaben Wer kauft was (und warum?)

22. St. Wolfgangener Tage

9. September 2016

Felix Josef
Triconsult

Wirtschaftsanalytische
Forschung GmbH

Vorstellung

Unternehmen

TRI CONSULT

- Unabhängiges Markt- und Meinungsforschungsinstitut
- 1980 in Wien gegründet
- Full-Service-Angebot
- Weltweit aktiv durch Partnerinstitute über das Netzwerk GlobalNR
- Seit 2001 zertifiziert, EN ISO 9001:20015
- Datenerhebung im Haus
- Breite Palette an Datensammlungsmethoden

Geschäftsführer

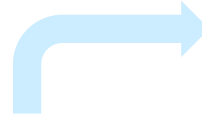
Felix Josef



- Geschäftsführer bei Triconsult seit 1981
- Mehr als 10 Jahre Chairman von GlobalNR
- Mitglied des Boards der Österreichischen Marketinggesellschaft
- Landesvorstand des Wirtschaftsforums der Führungskräfte in Österreich
- Lektor/ Dozent an den unterschiedlichsten Ausbildungsstätten
- Geschäftsführer der FGW seit 2016

Was ist bei einem Auto anders als bei einer Wohnung?

- 60iger Jahre Seewinkel Moskwitsch
- Wartelisten vs. Prozente
- Customer made vs. Tageszulassung
- Basisanforderungen sind überschaubar
- Werksabholung vs. Mängelfeststellung



549.000
Varianten



Vom Bietermarkt zum Käufermarkt

Warum sollten Wohnungsgesellschaften Geld für Marktforschung ausgeben?

- Wachsendes Delta zwischen Einkommen und m²-Preisen
- Schwierige Vermarktungssituation
- Teilweise gesättigte Märkte
- Regionale Ungleichgewichte
- Keine Liste der kleinsten gemeinsamen Nenner



Und was haben die Wohnungsgesellschaften davon?

- Geringer Aufwand vs. hohes Risiko
- Angebotsoptimierung
- Leerstandsvermeidung
- Hyperbindung von Käuferbotschaftern
- Promotion und Vorabakquisition

Käufermarkt: Die relevanten Fragen

Im Käufermarkt ist es entscheidend zu wissen:

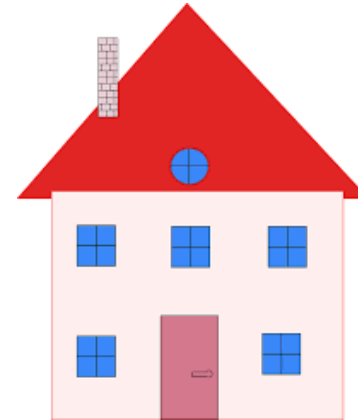
- Wer sind die Käufer?
- Was stellen sie sich vor?
- Welche Anforderungen haben sie?
- Wo wollen sie wohnen?
- Städtisch oder ländlich?
- Wie mobil sind sie innerhalb und außerhalb des Objekts?
- Was können und wollen sie sich leisten?
- Wer hilft bei der Finanzierung?



Bedarfsermittlung: Voraussetzungen

Demografische Merkmale

- Alter
- Haushaltsgröße
- Lebenszyklus
- Kinder
- Home Office



Wer sind die Käufer/
Mieter?

Bisherige Wohnerfahrungen

- Wohnort, Bezirk
- Größe
- Rechtsverhältnis
- Haustyp

Motivlage

- Haushaltsgründung
- Kinder
- Scheidung
- Pensionierung
- Mehr/ weniger Platzbedarf
- Nutzer

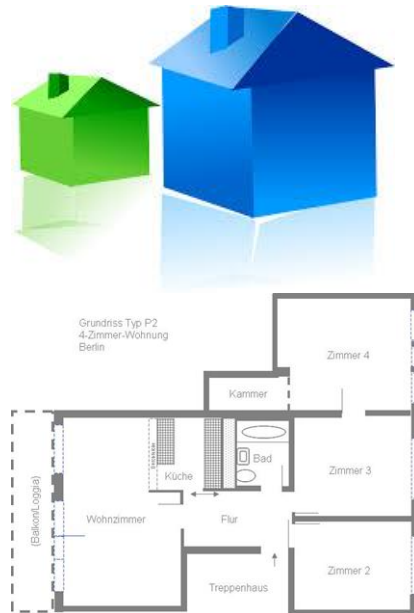


Bedarfsermittlung: Grundsätzliche Forderungen

Welche Anforderungen haben sie an:

Privatbereich

- Größe
- Anzahl der Räume
- Größe der Räume
- Schnitt
- Abstellraum
- Aussicht
- Außenbereiche (Balkon, Terrasse)



Gemeinschaftsflächen

- Sauna, Fitness
- Gemeinschaftsräume
- Kinderwagen, Räder
- Hobbyräume
- Grünflächen
- Kinderspielplätze
- Shops in der Anlage

Objekt

- Art des Gebäudes
- Rechtsverhältnisse, Mix
- Ökologische Anforderungen
- Nachbarschaft

Bedarfsermittlung: Konkrete Anforderungen

Welche Anforderungen haben sie an:

Infrastruktur

- Einkaufsmöglichkeiten
- Schulen, Kindergärten
- Anbindung ÖV
- Anbindung IV



Lage

- Freizeit- und Sporteinrichtungen
- Grün/ Natur
- Soziotope
- Sichere Wohngegend
- Erreichbarkeit Arbeitsplatz
- Zentrumsnähe
- Gastronomie

Ausstattung

- Boden, Wand, Decke
- Bad, Küche
- Fenster, Jalousien
- Klimatisierung
- Ökologie
- Nebenräume (Abstellraum, Keller, Garage)
- Anschlüsse, Elektro
- Sicherheit
- Lärmschutz

Aufgabenstellungen

Für die Wohnungsgesellschaft ist relevant:

- Welche Zielgruppen erreiche ich?
- Welche Rechtsverhältnisse werden nachgefragt?
- Welche Wohnungsgrößen sind gesucht?
- Welche Wohnungsschnitte sind attraktiv?
- Was sind die Anforderungen an die Ausstattung?
- Welche Nebenräume werden verlangt?
- Welche Preise kann ich erzielen?
- Wie positioniere ich das Objekt?



Methodischer Zugang

Der Customer Journey wird nachgestellt:

Ablauf

- Vom Allgemeinen ins Spezielle
- Erkennen der Exit Points
- Qualitative Materialien
- Vermeidung von Medienbrüchen
- Desk Research bei Sonderobjekten



Methodik

- Keine Telefonbefragung
- Vorlagen in marktüblicher Qualität
- Webbefragung bei Affinen
- Persönlich-mündlich als Königsdisziplin

Vorlagematerialien

- Lageskizze
- Infrastrukturliste
- Renderings Architektur
- Wohnungsgrundrisse
- Ausstattungslisten

Methodischer Zugang

Der konkrete Ablauf

Screening

- Zielgruppe
- Finanzkraft
- Rechtsverhältnis

Interview

- Vorstellung Lage
- Beschreibung Infrastruktur
- Interesse
- Vorstellung Architektur
- Vorstellung Grundrisse
- Interesse
- Ausstattung
- Interesse
- Preiserwartung
- Kaufwahrscheinlichkeit
- Preiselastizität
- Positionierung
- Projektive Zielgruppe





na also.

Danke für Ihr Interesse!

Felix Josef

TRICONSULT

Wirtschaftsanalytische Forschung Ges.m.b.H.

Lange Gasse 30, 1080 Wien

Tel: +43 1 408 49 31

E-Mail: josef@triconsult.at

www.triconsult.at