

Luxusimmobilien in Österreich

Eine empirische Grundlagenforschung zum Thema Produkt-
und Zielgruppenbestimmung sowie der Ermittlung von
adäquaten Ansprachemethoden in diesem Segment

Master Thesis zur Erlangung des akademischen Grades
„Master of Science“

eingereicht bei
Mag. Alexander Bosak, MBA, MRICS

Mag. Evelyn Hendrich

8150931

Wien, April 2012

Eidesstattliche Erklärung

Ich, **MAG. EVELYN HENDRICH**, versichere hiermit

1. dass ich die vorliegende Master These, "LUXUSIMMOBILIEN IN ÖSTERREICH - EINE EMPIRISCHE GRUNDLAGENFORSCHUNG ZUM THEMA PRODUKT- UND ZIELGRUPPENBESTIMMUNG SOWIE DER ERMITTLUNG VON ADÄQUATEN ANSPRACHEMETHODEN IN DIESEM SEGMENT", 81 Seiten, gebunden, selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfen bedient habe, und
2. dass ich diese Master These bisher weder im Inland noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Wien, 05.04.2012

Unterschrift

Inhalt

1.	Einleitung.....	1
1.1.	Motivation, zentrale Fragestellungen und Hypothesen.....	1
1.2.	Ziele und Aufbau der Arbeit.....	2
2.	Methodische Vorgangsweise	4
3.	Regionale Ergebnisse der empirischen Analysen	7
3.1.	Wien.....	7
3.1.1.	Qualitative Analyse für Wien	7
3.1.2.	Quantitative Analyse für Wien	14
3.2.	Kitzbühel und Umgebung.....	17
3.2.1.	Qualitative Analyse für Kitzbühel und Umgebung.....	17
3.2.2.	Quantitative Analyse für Kitzbühel und Umgebung.....	22
3.3.	Salzburg Stadt	24
3.3.1.	Qualitative Analyse für Salzburg Stadt.....	25
3.3.2.	Quantitative Analyse für Salzburg Stadt.....	28
3.4.	Salzkammergut	30
3.4.1.	Qualitative Analyse für das Salzkammergut.....	31
3.4.2.	Quantitative Analyse für das Salzkammergut.....	37
3.5.	Arlberg	39
3.5.1.	Qualitative Analyse für den Arlberg.....	39
3.5.2.	Quantitative Analyse für den Arlberg.....	43
3.6.	Wörthersee	45
3.6.1.	Qualitative Analyse für den Wörthersee.....	46
3.6.2.	Quantitative Analyse für den Wörthersee.....	49
4.	Die Ergebnisse der Arbeit.....	52
4.1.	Was ist eine Luxusimmobilie?.....	52
4.2.	Wo finde ich Luxusimmobilien in Österreich?.....	63
4.3.	Welches Transaktionsvolumen wird bei Luxusimmobilien in Österreich bewegt?...	66
4.4.	Wer sind die Käufer von Luxusimmobilien in Österreich?	67
4.5.	Welchen Anteil am Volumen haben ausländische Käufer?.....	70
5.	Schlussfolgerungen und Zusammenfassung	72
5.1.	Verifizierung bzw. Falsifizierung der Hypothesen	72
5.2.	Abschließende Konklusion	73

5.3. Zusammenfassung.....	74
Kurzfassung	79
Literaturverzeichnis	80
Anhangverzeichnis.....	82

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1 – Grobes Schema der Wohnimmobiliensegmente nach Objekten.....	55
Abbildung 2 – Segmentierung der Wohnimmobilien nach Kriterien.....	61
Abbildung 3 – Definition des Begriffes Luxusimmobilie.....	63
Tabelle 1 – Die wichtigsten Käufernationen in Wien – Österreicher, Ausländer und davon die Top 3 Nationen.....	16
Tabelle 2 – Die wichtigsten Käufernationen in Kitzbühel und Umgebung – Österreicher, Ausländer und davon die Top 3 Nationen.....	24
Tabelle 3 – Die wichtigsten Käufernationen in Salzburg Stadt – Österreicher, Ausländer und davon die Top 3 Nationen.....	30
Tabelle 4 – Die wichtigsten Käufernationen im Salzkammergut – Österreicher, Ausländer und davon die Top 3 Nationen.....	39
Tabelle 5 – Die wichtigsten Käufernationen am Arlberg – Österreicher, Ausländer und davon die Top 3 Nationen.....	45
Tabelle 6 – Die wichtigsten Käufernationen am Arlberg – Österreicher, Ausländer und davon die Top 3 Nationen.....	51
Tabelle 7 – Anteile ausländischer Käufer am österreichischen Luxusimmobilienmarkt.....	70, 76
Tabelle 8 – Die größten Käufernationen in Österreich.....	71, 76

1. Einleitung

Zum Thema Luxusimmobilien findet sich in der Fachliteratur kein Beitrag, außer der Erwähnung, dass es diese gibt. Dies bezieht sich sowohl auf den Begriff selbst, als auch auf die unterschiedlichen Produkt- und Zielgruppen, sowie deren Ansprache. Diese Arbeit widmet sich daher der empirischen Grundlagenforschung zu Luxusimmobilien in Österreich.

In den nächsten beiden Kapiteln werden die Motivation, sich mit diesem Thema auseinander zu setzen, erläutert, die zentralen Fragestellungen und Hypothesen formuliert und die Ziele sowie der Aufbau der Arbeit dargestellt. Die hier erwartete Definition der Luxusimmobilie ist aufgrund der Grundlagenforschung erst im Kapitel 4 der Arbeit zu lesen.

1.1. Motivation, zentrale Fragestellungen und Hypothesen

Bei der Vermarktung von Luxusimmobilien in Österreich stößt man allerorten auf den herbeigesehnten reichen Russen als Käufer. Diese Rolle übernehmen in den meisten Regionen auch reiche Deutsche und punktuell auch andere Nationen, wie zum Beispiel Engländer.

Der internationale Käufer österreichischer Luxusimmobilien hat den Ruf mehr Geld für Immobilien je Transaktion auszugeben und ist daher begehrt. Durch spektakuläre – von der Presse besonders intensiv beleuchtete – Käufe entsteht generell der Eindruck, dass das Geschäft mit Luxusimmobilien hierzulande größtenteils mit internationaler Klientel gemacht wird.

In diesem Zusammenhang erhebt sich weiterführend die Frage, wie die internationalen Käufer zur jeweils nationalen Luxusimmobilie gekommen sind oder aus Sicht des Vermarkters formuliert, wie dieser die internationale Käuferschaft findet und ideal anspricht.

Das Phänomen der internationalen Käufer österreichischer Luxusimmobilien zu untersuchen und ihm wissenschaftlich dokumentierte Dimensionen zu geben, ist Inhalt dieser Arbeit.

Die Motivation mich mit diesem Themenkreis intensiv auseinander zu setzen, ergibt sich aus dem Bedürfnis als selbstständig Tätige im Luxussegment eigene Erfahrungen, fremde Erzählungen und Behauptungen, sowie Presseberichte über die Bedeutung internationaler Käufer von Luxusimmobilien in Österreich in einerseits möglichst detailliertes und andererseits österreichweites Wissen zu wandeln.

Es erheben sich fünf zentrale Fragestellungen:

- Was ist eine Luxusimmobilie?
- Wo finde ich Luxusimmobilien in Österreich?
- Welches Transaktionsvolumen wird bei Luxusimmobilien bewegt?
- Wer sind die Käufer von Luxusimmobilien in Österreich?
- Welchen Anteil haben ausländische Käufer am Erwerb österreichischer Luxusimmobilien?

Die zu verifizierenden oder falsifizierenden drei Hypothesen der Arbeit sind:

1. Mehr als 50 % des Transaktionsvolumens bei Luxusimmobilien bewegen ausländische Käufer.
2. Bei der Anzahl der Transaktionen sind Österreicher als Käufer im Luxussegment mit mehr als 50 % vertreten.
3. Ausländische Käufer geben pro Luxusimmobilienkauf in Österreich im Durchschnitt mehr Geld aus als inländische Käufer.

1.2. Ziele und Aufbau der Arbeit

Ein Ziel der Arbeit ist es herauszufinden, was eine Luxusimmobilie auszeichnet und sich mit dem Begriff an sich auseinander zu setzen. Es wurde anhand einer Literaturrecherche festgestellt, ob es ein Allgemeinverständnis und somit in der Fachliteratur verbreitete Definitionen gibt.

Da es nicht möglich war, Definitionen zu finden, wird eine solche im Rahmen dieser Arbeit abgeleitet. Dazu werden Einzelkriterien gesucht und geprüft, die eine Immobilie dem Luxussegment zuordnen können. Sind diese Merkmale gefunden, wird anhand dieser eine möglichst allgemeingültige Definition einer Luxusimmobilie formuliert.

Spricht man von Luxusimmobilien, so geht die Auseinandersetzung mit Bestlagen damit Hand in Hand. Es haben sich historisch – durch Zielgebiete des Adels und des Großbürgertums - Regionen in Österreich herauskristallisiert, die eine Anhäufung von historischen Luxusimmobilien bieten und etliche davon haben sich durch die im 20. Jahrhundert geänderten Lebensumstände als aktuelle Bestlagen für Luxusimmobilien besonders manifestiert und ausgeweitet. Welche Lagen in Österreich heute als Toplagen gelten – in denen es eine Agglomeration von Luxusimmobilien gibt - wird in dieser Arbeit konkretisiert. Auf ausgewählte Einzellagen kann im Rahmen dieser Arbeit nicht eingegangen werden.

Um eine Ausgangsbasis für die Beantwortung aller weiteren Fragestellungen zu haben, wird das Transaktionsvolumen von Luxusimmobilien – in den

Agglomerationsgebieten – präzisiert. Hier anknüpfend, wird analysiert, welcher Provenienz die Käufer sind und schließlich welchen Anteil ausländische Käufer am Erwerb österreichischer Luxusimmobilien in den jeweiligen Regionen und zusammengefasst haben.

Dass die Arbeit inhaltlich abschließende Ziel ist es, die drei Hypothesen zu verifizieren oder zu falsifizieren.

Das folgende Kapitel widmet sich der Beschreibung der methodischen Vorgangsweise. Vorweggenommen sei, dass es sich um eine empirische Aufarbeitung des Themenkreises handelt. Es wird somit erörtert, wie die zentralen Fragestellungen anhand der Literatur und der unterschiedlichen Analysen im Einzelnen beantwortet werden können.

Im dritten Kapitel werden die Ergebnisse der qualitativen und der quantitativen Analysen bezogen auf die jeweiligen Agglomerationsräume von Luxusimmobilien diskutiert und einzelne Fragestellungen auf regionaler Ebene beantwortet.

Im vierten Kapitel werden nun die für gesamt Österreich gültigen Ergebnisse und Erkenntnisse zusammengeführt und die fünf zentralen Fragestellungen der Arbeit beantwortet.

Das fünfte Kapitel bildet den Abschluss der Arbeit, dient der Verifizierung oder Falsifizierung der drei Hypothesen, der Schlussfolgerung und der Zusammenfassung.

2. Methodische Vorgangsweise

Durch Recherchen über den Fachverband für Immobilientreuhänder und aktuelle Angebote von Luxusimmobilien in Zeitschriften, Magazinen und auf Immobilienplattformen konnten österreichweit, die im Segment Luxusimmobilien tätigen Fachleute herausgefiltert werden.

Die örtliche Verteilung dieser und die regionalen Aktivitäten der im Luxussegment aktiven Immobilienunternehmen spiegelt die Ansammlung von Luxusimmobilien in bestimmten Gebieten Österreichs bereits deutlich wieder.

Es kristallisierten sich folgende relevante Städte und Regionen im Zuge der Recherchen heraus:

- Wien
- Salzburg Stadt
- Salzkammergut
- Kitzbühel und Umgebung
- Arlberg
- Wörthersee

Es wurden in diesen Gebieten mit insgesamt 15 Immobilienkanzleien etwa einstündige persönliche Interviews entweder mit dem Eigentümer oder mit einem leitenden Angestellten anhand eines Fragebogens¹ durchgeführt.

Folgende Fragen wurden im Rahmen des jeweiligen Interviews behandelt:

1. Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen und zwar nach Art, Größe, Lage, Ausstattung, Preis und markanten Eigenschaften?
2. Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an? Und wo?
3. Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?
4. Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?
5. Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?
6. Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?
7. Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?
8. Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?
9. Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

¹ siehe Fragebögen im Anhang S 83ff

10. Welche Aktivitäten (Kontakte, Print, Internet, Direct Mails, Sonstige) setzen Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?
11. Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?
12. Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?
13. Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?
14. Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?
15. Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (Hilfestellung bei GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?
16. Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?
17. Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?
18. Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich Nationalitäten, Objekten, Medien, Preisen?

Die Recherche für und die Ergebnisse der qualitativen Analyse dienen unter anderem dazu, zwei der fünf zentralen Fragestellungen der Arbeit zu beantworten, nämlich

- die Definition des Begriffes *Luxusimmobilie* anhand geeigneter Kriterien abzuleiten,
- herauszufiltern, in welchen Lagen Luxusimmobilien in Österreich gehäuft zu finden sind und
- die Eingangsdaten in eine quantitative Analyse zu definieren, denn es konnten einerseits die zu untersuchenden Gemeinden in obig aufgelisteten Gebieten präzisiert werden, die Agglomerationen von Luxusimmobilien aufweisen, als auch andererseits sowohl bei Häusern als auch bei Wohnungen jeweils Kaufsummen festgelegt werden, die als Untergrenze für Luxusobjekte zu sehen sind.

Die quantitative Analyse wurde mit Hilfe von Auswertungen des Unternehmens Webservices United², das über die österreichweiten Grundbuchdaten teilweise seit 2008 elektronisch verfügt und diese auswertet, durchgeführt.

Hierbei muss darauf aufmerksam gemacht werden, dass die Abfragen im Zeitraum Mitte Jänner bis Mitte März durchgeführt wurden. Es wurden je Region zweimal Daten erhoben – einmal um das Gesamtvolumen und den darauf entfallenden Luxusimmobilienanteil zu erheben und einmal um die Käuferschaft im Detail nach deren Herkunft zu analysieren. Die Zahl der ersten Erhebung kann sich von jener der zweiten Erhebung durch Veränderungen im Grundbuch geringfügig unterscheiden. Dies beeinträchtigt jedoch nicht die Beantwortung der Kernfragen.

² WEBSERVICESUnited-Roland Schmid e.U., Saltzorgasse 7/Top 35 DG, 1010 Wien

Die Daten der quantitativen Analyse dienen dazu, die weiteren drei der fünf zentralen Fragestellungen der Arbeit zu beantworten, nämlich

- das Transaktionsvolumen, das bei Luxusimmobilien in den einzelnen Regionen und österreichweit in diesen Agglomerationen zusammengefasst bewegt wird, zu dokumentieren,
- aufzuzeigen, welcher Provenienz die Käufer in den einzelnen Regionen sind,
- herauszufiltern, welchen Anteil an Käufen österreichischer Luxusimmobilien ausländische Käufer haben

und schließlich die drei Hypothesen der Arbeit zu bestätigen oder nicht zu bestätigen:

- Mehr als 50 % des Transaktionsvolumens bei Luxusimmobilien bewegen ausländische Käufer.
- Bei der Anzahl der Transaktionen sind Österreicher als Käufer im Luxussegment mit mehr als 50 % vertreten.
- Ausländische Käufer geben pro Luxusimmobilienkauf in Österreich im Durchschnitt mehr Geld aus als inländische Käufer.

Festgehalten werden muss an dieser Stelle noch, dass es sich bei den Käufern nicht immer um natürliche Personen, sondern auch um Kapitalgesellschaften handeln kann. Die Herkunft der Eigentümer dieser Gesellschaften ist über das Grundbuch nicht immer eruierbar und wurde hier nicht berücksichtigt. Insbesondere Luxusimmobilienkäufer aus EU-Ausländerstaaten wählen diesen Weg. Bei den Ländern Liechtenstein, Luxemburg und Zypern ist zumeist von anderen dahinterstehenden Käufer-Nationalitäten auszugehen.

3. Regionale Ergebnisse der empirischen Analysen

Im Rahmen dieses Kapitels werden die operativen Ergebnisse der qualitativen Interviews und der quantitativen Analyse für die einzelnen untersuchten Regionen dokumentiert und diskutiert.

3.1. Wien

Zuerst wird die Stadt Wien analysiert und die Ergebnisse der qualitativen Analyse im ersten Kapitel und jene der quantitativen Analyse im zweiten Kapitel im Detail dargestellt.

3.1.1. Qualitative Analyse für Wien³

In Wien wurden sieben im Luxussegment tätige Immobilienunternehmen befragt. Die Einzelergebnisse der qualitativen Interviews lassen sich wie folgt für die jeweilige Fragestellung zusammenfassen:

1. Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen und zwar nach Art, Größe, Lage, Ausstattung, Preis und markanten Eigenschaften?

Einerseits wurde von etwa der Hälfte der Befragten festgehalten, dass fast jede Objektart sich zur Luxusimmobilie eignet, andererseits wurden für Wien durchgehend konkret folgende genannt:

- Villa (historisches Gebäude und Neubau)
- Dachgeschoßausbau (Penthouse, Dachterrassenwohnung, Maisonette)
- Altbauwohnung
- Neubau mit Terrassen

Bei der Größe gab es Einigkeit darüber, dass sich eine Luxusimmobilie prinzipiell durch Großzügigkeit auszeichnet. Bei Wohnungen beginnt der wahre Luxus ab 200 m², aber es wurden vereinzelt auch kleinere Objekte in Bestlage als mögliche Luxusimmobilien erwähnt. Jedenfalls ging hervor, dass es sich gemäß dem internationalen Standard bei einer Luxusimmobilie in Relation zur Normalwohnung um eine merklich großzügigere und mit mehr dienenden Räumen ausgestattete handeln muss. Zu jedem Schlafzimmer wird ein Bad, WC und eine Ankleide erwartet. Villen verdienen diese Bezeichnung erst ab einer Größe von mindestens 300 m², wobei erst 500 m² als großzügig bei Häusern empfunden werden. Zur

³ Die ausgefüllten Fragebögen der sieben in Wien geführten Interviews finden sich im Anhang S 83ff

Großzügigkeit zählt auch die Raumhöhe, die mehrfach bestätigt erst ab 2,70 m Luxus vermittelt.

Bei der Lage innerhalb Wiens gab es völlige Übereinstimmung bezüglich folgender Bezirke, wobei in den Gesprächen deutlich wurde, dass die jeweilige Mikrolage absolute Bestlagen von sehr guten Lagen auch hier nochmals unterscheidet:

- 1. Bezirk – Innere Stadt
- 13. Bezirk – Hietzing
- 18. Bezirk - Währing
- 19. Bezirk - Döbling

Die Mikrolage oder Einzellage wurde von den meisten Befragten auch in Zusammenhang mit der Erwähnung folgender hervorragender Luxusimmobilienstandorte als wesentlich genannt, die hier nur beispielgebend und nicht taxativ angeführt sind:

- 2. Bezirk – Leopoldstadt (Karmeliterviertel, Augartenviertel, der Innenstadt nahe Lagen)
- 3. Bezirk – Landstraße (Botschaftsviertel, Viertel mit Sicht auf den Botanischen Garten, der Innenstadt nahe Lagen)
- 4. Bezirk – Wieden (Viertel bei Karlskirche, Viertel mit Sicht auf das Schloss Belvedere, Innenstadt nahe Lagen)
- 6. Bezirk – Mariahilf (Naschmarktviertel, der Innenstadt nahe Lagen)
- 7. Bezirk - Neubau (Viertel hinter Museumsquartier, der Ringstraße nahe Lagen)
- 8. Bezirk – Josefstadt (Piaristenviertel, der Ringstraße nahe Lagen)
- 9. Bezirk – Alsergrund (der Innenstadt nahe Lagen, Servitenviertel)
- 16. Bezirk – Ottakring (Wilhelminenberg)
- 17. Bezirk – Hernals (Wilhelminenberg, Pötzleinsdorfer Schlosspark)
- Randlagen bei Wien, wie Klosterneuburg, Perchtoldsdorf, und andere

Die Ausstattung bietet einhellig hochqualitative Materialien in bester Verarbeitung für Boden, Wand, Fenster und Türen wie Vollholz (z.B. Sternparkett), Stein (u. a. Granit, Marmor), Feinsteinzeug und hervorragende Markenprodukte für Küchen, Sanitär-, Bad- und Wellnessbereiche. Von der technischen Ausstattung einer Luxusimmobilie wird - bei mehrgeschossigem Wohnen - ein Lift (idealerweise mit Wohnungsfahrt), eine Garage (im Haus mit Direktzugang), die komplette Klimatisierung und ein Sicherheitssystem erwartet. In historischen Gebäuden sind originale Stilelemente ein Luxusmerkmal.

Als Einstiegspreis in die Luxusategorie haben sich bei sanierten oder neuen Objekten 5.000,-€ pro m² Wohnfläche in Wien herauskristallisiert. Die Preise variieren laut allen Befragten am stärksten nach der Lage und Objektart, wie folgt:

Innenstadt

- Regelgeschosswohnung ab 8.000,-€/m²
- Penthouse/Dachterrassenwohnung ab 12.000,-€ bis bereits über 20.000,-€

Bezirke 2, 3, 4, 6, 7, 8 und 9 in nachgefragten Mikrolagen

- Regelgeschosßwohnungen ab 5.000,-€/m²
- Penthouse/Dachterrassenwohnungen ab 8.000,-€/m² bis bereits 18.000,-€

Bezirke 13, 18 und 19

- Regelgeschosswohnungen ab 5.000,-€/m²
- Dach-/Terrassenwohnungen ab 6.000,-€/m² bis 12.000,-€/m²
- Villen ab 7.000,-€/m² bis 12.000,-€/m²

Die markante Eigenschaft einer Luxusimmobilie ist die erlesene Kombination aus luxuriösem Umfeld, hochwertigem Gebäude, häufig der Ausblick und das Vorhandensein der Komfortkriterien (Garage, Lift, Terrasse auf Wohnebene, Wellnessbereich), fasst man die Meinungen aller Interviewpartner zusammen. Vereinzelt werden die Nachhaltigkeit und Wiederverwertbarkeit der Immobilie genannt.

***2. Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an?
Und wo?***

Eigentumswohnungen im Luxussegment werden von allen Befragten in den relevanten Lagen angeboten und verkauft. Drei von sieben Unternehmen beschäftigen sich im Luxusbereich damit ausschließlich. Die anderen vier haben auch Häuser und Villen, sowie vereinzelt Schlösser im Portfolio. Alle Unternehmen arbeiten in den oben genannten Toplagen.

3. Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Drei der Unternehmen generieren zwischen 90 und 95% ihres Umsatzes aus dem Luxussegment und weitere drei Unternehmen zwischen 40 und 60%. Nur bei einem stärker diversifiziertem Unternehmen liegt der Anteil bei 10 bis 15% vom Gesamtumsatz.

4. Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

Drei der Immobilienkanzleien haben einen relevanten Anteil an inländischen Käufern von 60 bis 80%, bei drei weiteren halten sich inländische und ausländische Käufer etwa die Waage und nur bei einem Unternehmen lässt sich der Anteil mit etwa 10% beziffern. Hier sei erwähnt, dass bei den inländischen Käufern auch jene inkludiert sind, die als österreichische Expats ihr Geld außerhalb Österreichs verdienen und anderswo hauptsächlich leben.

Deutlich gemacht wird, dass die eher spektakulären Käufe zumeist in der Innenstadt von Ausländern getätigt werden. Inländer sind bei Objekten unter 1,5 Mio € sehr stark vertreten, kaufen vor allem Wohnungen, gerne auch Altbauwohnungen, die von Ausländern aufgrund der Anzahl der Bäder oft als problematisch angesehen werden und auch in den anderen Lagen Wiens.

5. Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Der einheitliche Tenor der Befragten ist, dass Inländer durchschnittlich weniger Geld für eine Immobilie ausgeben als Ausländer. In der Wahl der Objektart Wohnung oder Haus unterscheiden sie sich kaum, außer durch noch teurere Lagen, die das höhere Kapital erlaubt. Hinsichtlich des Stils der Immobilie ist jedoch auffallend, dass Ausländer oftmals historische Gebäude besichtigen und neue Immobilien oder Ausbauten kaufen. Dies vor allem, weil sie den internationalen Standard schätzen und als unabdingbar ansehen. Inländer sind historischen Gebäuden gegenüber kompromissbereiter. Eine Ausnahme stellen ausländische kultivierte Kunst- und Kulturliebhaber dar, die andere Prioritäten setzen.

6. Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Alle sieben Immobilienfachleute nannten Russland zuerst, bei drei Gesprächspartnern war der Arabische Raum zweitgenannte Provenienz von ausländischen Luxuskäufern. Dann diversifizieren sich die Aussagen je nach spezifischen Schwerpunkten des Unternehmens. Immerhin mehrfach genannt werden Kasachstan, Italien, Deutschland, Großbritannien und die USA. Einzelverkäufe gelangen an Personen aus Argentinien, Chile, Bulgarien, Tschechien und Ungarn.

7. Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

An oberster Stelle steht bei 2/3 der Befragten, die Sicherheit, die Österreich bietet. Ebenso hoch im Kurs ist die Lebensqualität in Wien (Kultur, Sauberkeit, Ruhe, medizinische Versorgung u.a.) und die Sympathie, die dem Land entgegengebracht wird. Mehrfach genannt werden bestehende Geschäftsbeziehungen, die geopolitisch interessante Lage, Geldanlage (zu international gesehen moderaten Preisen) und die Verlagerung des Lebensmittelpunktes aus verschiedenen Gründen (neuer Job, unangenehme Situation im Herkunftsland etc.).

8. Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

Es konnten in den letzten Jahren bei drei Unternehmen Transaktionen in der Höhe von jeweils 8 bis 10 Mio € abgeschlossen werden und alle Objekte wurden von Russen gekauft. Zwei Unternehmen vermittelten Luxusimmobilien um 4,5 bis 5 Mio € an einen Kasachen und einen Bulgaren und zwei weitere Unternehmen zwischen 1,7 und 3 Mio € an zwei Russen.

Einer Immobilienkanzlei gelang es in den letzten Jahren spektakuläre Verkäufe an Österreicher in der Dimension von 10 bis 15 Mio € zu platzieren.

9. Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Bei fünf Verkäufen haben diverse Kontakte (auch über Mittelsmänner) zur Immobilie geführt. Immerhin in zwei genannten Fällen kam der Erstkontakt über das Internet zustande und das in der monetären Dimension von 8 bis 10 Mio €

10. Welche Aktivitäten (Kontakte, Print, Internet, Direct Mails, Sonstige) setzen Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Bei fünf Unternehmen spielen Netzwerke (als Filialen, Partner, Franchiseunternehmen, Vereinigung, Kooperationen) und somit internationale Kontakte eine große Rolle. Die Präsenz bei diversen Fachmessen (von MIPIM bis ExpoReal) und beim Wiener Ball in Moskau wird von zwei Unternehmen als zielführend erachtet.

Drei Firmen geben regelmäßig eigene Publikationen heraus, die gezielt versandt und/oder verteilt werden und schalten Anzeigen in länderübergreifenden oder ausländischen Magazinen (siehe dazu unten). Nahezu alle (allerdings in unterschiedlicher Intensität) bespielen österreichische Printmedien, darunter den Gewinn, das Format, den Trend, den Immobilienstreifzug Österreich und Kitzbühel, die Presse (auch Presse Luxury Estate), den Kurier (Immokurier), das Wirtschaftsblatt de Luxe und Sonstige.

Jedes Unternehmen ist mit einer eigenen Website im Internet präsent und dies zumindest in Deutsch und Englisch. Immobilienplattformen werden im Mediamix zunehmend intensiv gebucht. Gemeinhin wird dem Internet eine immer wichtiger werdende und den Printmedien eine abnehmende Rolle zugeschrieben, wenngleich diese nicht ganz verzichtbar sind.

Direct Mails werden in Form der eigenen Magazine, als Newsletter oder im Falle von Aussendungen neuer Objekte an vordefinierte Interessenten versandt.

11. Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Von drei Firmen werden Anzeigen in ausländischen oder länderübergreifenden Magazinen gebucht, wie Bellevue, Financial Times, Skyline, Vienna de Luxe, Austrian Luxury, etc. Diese erscheinen in Deutsch, Englisch und Russisch. Diese werden jedoch als kostspieliges Investment gesehen und nur punktuell eingesetzt.

Via deutschen, englischen und russischen Internetplattformen (Immobilien- und Luxusplattformen) wird versucht, auf budgetchonende Weise die Herkunftsländer der Interessenten (Russland, Arabischer Raum, Deutschland etc.) zu bespielen.

12. Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Russen reagieren besonders auf ihr eigenes Netzwerk – hier gilt es Kontakte zu knüpfen und Empfehlungen zu haben. Denn bei russischen Kunden erlebten es die Interviewpartner – außer es bestanden bereits Direktkontakte – zumeist so, dass ein Beraterstab und entsprechend Mittelsmänner/frauen den Erstkontakt und auch die Begleitung im Verkaufsprozess wahrnahmen.

Darüber hinaus ist es ist vielmehr eine Frage des Alters, der Sprachkenntnisse, der Internationalität und der Bekanntheit eines Interessenten, denn eine der Nationalität, wie sich ein Kunde verhält. Inzwischen suchen alle Menschen im Internet ohne Rücksicht auf deren Provenienz, wenn sie etwas haben wollen.

13. Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Die Situation ist bei internationalen Käufern sehr gemischt laut allen Interviewpartner (siehe dazu auch obige Ausführungen). Es kann durchaus verschlungene, wie auch sehr direkte Wege zum Käufer geben. Bei bekannten Russen erfährt man beispielsweise erst sehr spät deren Identität.

14. Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Es hat sich in allen Gesprächen herausgestellt, dass die Persönlichkeit, die Internationalität und die Sprachkenntnisse eines Kunden die Bedürfnispalette stärker steuert, denn die Herkunft.

15. Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (Hilfestellung bei GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Alle im Luxussegment tätigen Unternehmen sind darauf vorbereitet einen kompletten Rundumservice zu bieten. Dieser kann die Buchung der Reise und des Aufenthaltes, die Abholung, die Organisation eines Dolmetsch, Anwalts, Steuerberaters,

Wirtschaftsprüfers, Kindermädchens, Arztes und auch den after sales service wie die Übersiedelung, die Vermittlung von Hauspersonal und der Tipps bezüglich Schulen sowie Shopping- und Freizeitprogramm umfassen. Dieser wird allerdings nur sehr vereinzelt konsumiert, da die meisten Käufer mit einem Beraterstab ausgestattet sind, der diese Aufgaben übernimmt.

16. Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

Die häufigste rechtliche Form des Grunderwerbs bei ausländischen Käufern ist die Gründung einer GmbH.

17. Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Einstimmig wird festgehalten, dass alle ausländischen Käufer im gehobenen Luxussegment in cash bezahlen. Ein Finanzierungsthema gibt es ausschließlich bei Käufen in der Dimension 500.000,- bis 700.000,-€

Verhandeln wollen Inländer, wie Ausländer – bei diesen allerdings eher die Berater. Nachdem die Margen bei Projektentwicklern im Osten teilweise doppelt so hoch sind, kann es hier zu abstrusen Angeboten kommen. Einige der Kanzleien zeigen sich im Luxussegment jedoch preislich wenig gesprächsbereit.

Je nach Höhe des Transaktionsvolumens wird bei Privatimmobilien zwischen 2 und 3 % Provision verhandelt, ab 15 Mio € zwischen 0,6 und 1,2 %.

18. Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich Nationalitäten, Objekten, Medien, Preisen?

Mehrfache Bestätigung gibt es für folgende Trends seitens der Immobilienkanzleien.

Die Araber wurden in den letzten Jahren als potenzielle Käufer weniger, dafür wurden die Russen deutlich stärker. Deutsche haben sich aus steuerlichen Gründen stärker zurückgezogen und es kamen Chinesen neu hinzu.

Tendenziell gibt es größeres internationales Interesse (aus der Schweiz, Großbritannien, Holland, u.a.) durch den Trend zur Immobilie versus dem Trend zum Kapitalmarkt.

Die Qualität der Objekte hat sich internationalisiert. Die Ansprüche sind gestiegen und die Kompromissbereitschaft wurde geringer. Dafür sind ausländische Kunden bereit mehr Geld zu bezahlen. Penthouses und Dachterrassenwohnungen, sowie repräsentative Innenstadtwohnungen wurden für internationale Kunden zum Prestigeobjekt. Durch die erhöhte Nachfrage und den dadurch gestiegenen Preisen hat der Speckgürtel rund um den 1. Bezirk an Bedeutung gewonnen. Auch hier stiegen folglich die Preise.

Die Meinung, das Internet würde weiter an Bedeutung gewinnen, ist durchgängig. Die eigene Website, Projektwebsites und elektronische Aussendungen sind zentrale Werkzeuge der Kommunikation geworden. Demgegenüber sinkt die Wichtigkeit von Printmedien zum Angebot von Luxusimmobilien weiter, wenngleich auf diese aktuell nicht völlig verzichtet werden kann. Sie spielen im Mediamix bei Luxusobjekten weiterhin eine wichtige Rolle.

Die Preise haben sich bei Topobjekten in Bestlagen in den letzten 5 Jahren verdoppelt. Es wird weiterhin einen moderaten Anstieg geben, sind alle Fachleute überzeugt, aber an eine Fortentwicklung im selben Ausmaß und Tempo will keiner der Befragten glauben.

3.1.2. Quantitative Analyse für Wien

Für die quantitative Analyse wurden die Eingangsdaten der qualitativen Interviews, soweit durch das Grundbuch abfragbar, herangezogen.

Die Auswertungen wurden durch das Unternehmen Webservices United, das über die österreichweiten Grundbuchdaten je nach Gebiet seit 2008 elektronisch verfügt, durchgeführt.

Es wurden für Wien alle Transaktionen seit 1.1.2008 bis 1.1.2012 in den Bezirken 1 bis 9, 13, 18 und 19 für Wohnungen und Häuser erhoben. Die Daten wurden für unterschiedliche Fragestellungen zweimal im Zeitraum Jänner bis März abgefragt. Anzumerken ist, dass sich Häuser nicht nach der Nutzung unterscheiden lassen und somit auch Gewerbegebäude inkludiert sein können. Die Einschränkung in die genannten Regionen stellt jedoch sicher, dass eine etwaige Verunreinigung der Daten gering ist, da es sich um klassische Wohnbezirke handelt.

Eine prinzipielle Abfrage von Quadratmeterpreisen ist in Wien nicht möglich, da die Nutzflächen nicht durchgängig zur Verfügung stehen und somit die Abweichung zu groß wäre. Ebenso muss angemerkt werden, dass der konkrete Zustand einer Immobilie durch die Abfrage im Grundbuch nicht festgestellt werden kann. So wurde über die Lage in Wien und den Kaufpreis der Objekte für die quantitative Analyse die Einschränkung für Luxusimmobilien getroffen. Für die Beantwortung der Fragestellungen und Hypothesen der vorliegenden Arbeit ist dies geeignet. Als in jedem Falle ausreichende Definition einer einzelnen Immobilie als Luxusimmobilie in Wien ist dies für darüber hinausgehende Fragestellungen jedoch nicht genügend.

Für die genannten Bezirke in Wien wurden Luxusimmobilien nach folgenden Kaufpreisen eingeschränkt:

- Luxuswohnungen mit einem Kaufpreis von ab 500.000,-€

- Luxushäuser mit einem Kaufpreis von ab 2.000.000,-€

Es wurden innerhalb des Ergebniszeitraumes in den genannten Bezirken

- insgesamt 18.500 Wohnungen mit einem Transaktionsvolumen von 3.900.000.000,-€ gekauft, davon 582 Luxuswohnungen mit einem Volumen von 626.000.000,-€ und
- insgesamt 311 Häuser mit einem Transaktionsvolumen von 317.000.000,-€ gekauft, davon 44 Luxushäuser mit einem Volumen von 146.000.000,-€

Somit lässt sich die Aussage treffen, dass das Luxussegment in Wien mit 3,15 % der Wohnungskäufe für 16,05 % des Transaktionsvolumens bei Wohnungen und mit 14,15 % der Häuserkäufe für 46,06 % des Transaktionsvolumens bei Häusern verantwortlich ist.

Zusammengefasst stehen 18.811 Transaktionen mit 4.217.000.000,-€ Kaufpreisvolumen 626 Luxustransaktionen mit einem Volumen von 772.626.000,-€ gegenüber. Dies ist ein Verhältnis von 3,33 % der Transaktionen zu 18,32 % des Kaufpreisvolumens für Wien, die aus dem Luxussegment generiert werden.

Analysiert man die Daten einer weiteren Abfrage der Luxustransaktionen nach der Provenienz der Käufer, so gelangt man zu folgenden Erkenntnissen:

Luxuswohnungen und -häuser wurden im Befragungszeitraum zu 87,86 % von Österreichern und zu 12,14 % von Ausländern gekauft, wobei Österreicher ein Transaktionsvolumen von 83,23 % und Ausländer von 16,77 % bewegt haben. Im Durchschnitt wurden von den Österreichern 1.050.736,-€ und von Ausländern 1.532.777,-€ je Luxusimmobilienkauf ausgegeben.

Die ausländischen Luxusimmobilienkäufer in Wien kamen aus mindestens 21 Staaten (lt. Grundbuch) und trugen im Verhältnis zum gesamten Luxusimmobilienmarkt in Wien wie folgt zu den Transaktionen bei. Ein Ranking nach dem Gesamtvolumen des jeweiligen Landes ist aussagekräftiger, denn eines nach Transaktionshöhe pro Käufer, da es sich bei einigen um Einzelkäufe handelt:

- Russen mit 2,38 % und durchschnittlichen 1.429.979,-€ pro Transaktion
- Deutsche mit 2,32 % und durchschnittlichen 1.677.350,-€ pro Transaktion
- Zyprioten mit 2,09 % und durchschnittlichen 2.514.717,-€ pro Transaktion
- Schweden mit 1,18 % und durchschnittlichen 4.253.500,-€ pro Transaktion
- Engländer mit 1,15 % und durchschnittlichen 1.183.970,-€ pro Transaktion
- Liechtensteiner mit 1,09 % und durchschnittlichen 1.581.200,-€ pro T.
- Monegasen mit 1 % und durchschnittlichen 2.416.667,-€ pro Transaktion

- Bulgaren mit 0,85 % und durchschnittlichen 1.224.020,-€pro Transaktion
- Schweizer mit 0,71 % und durchschnittlichen 854.833,-€pro Transaktion
- Slowaken mit 0,70 % und durchschnittlichen 1.009.800,-€pro Transaktion
- Luxemburger mit 0,60 % und durchschnittlichen 2.164.208,-€pro T.
- Spanier mit 0,57 % und 4.120.000,-€bei dieser Transaktion
- Chinese mit 0,46 % und 3.300.000,-€bei dieser Transaktion
- Amerikaner (USA) mit 0,37 % und durchschnittlichen 1.325.000,-€pro T.
- Polen mit 0,31 % und durchschnittlichen 745.683,-€pro Transaktion
- Araber (VAE) mit 0,24 % und durchschnittlichen 880.060,-€pro T.
- Italiener mit 0,22 % und durchschnittlichen 793.750,-€pro Transaktion
- Serbe mit 0,18 % und 1.275.000,-€bei dieser Transaktion
- Ungarn mit 0,18 % und durchschnittlichen 665.000,-€pro Transaktion
- Tscheche mit 0,09 % und 680.845,-€bei dieser Transaktion
- Bahrainer mit 0,08 % und 550.000,-€bei dieser Transaktion

Das Ergebnis der quantitativen Analyse für Luxusimmobilienkäufer in Wien ist somit klar. Die Immobilien gehen zum Großteil (83,23 % des Volumens) an Österreicher. Diese geben jedoch pro Immobilie um etwa 31,45 % im Durchschnitt weniger aus, als ausländische Käufer.

Internationale Käufer geben ein sehr buntes Herkunftsbild ab, wie oben aufgelistet. Russen führen die 3 Top-Nationen bei Luxuskäufen in Wien nur knapp an, wie am untenstehenden Überblick ersehen werden kann. Sie sind für nur 2,38 % des Transaktionsvolumens bei Luxusimmobilienkäufen in Wien verantwortlich. Wobei hier nochmals darauf aufmerksam gemacht werden muss, dass viele Transaktionen über Kapitalgesellschaften getätigt werden, die im Grundbuch nicht eindeutig zuordenbar sind. So ist für Wien zu vermuten, dass die Kaufsummen der Zyprioten EU-Ausländern zuzurechnen sind. Es folgt ein Kurzüberblick der wichtigsten Käufernationen von Luxusimmobilien in Wien:

Wien Käufernationen	Kaufsummen in € p.a. im Durchschnitt	Transaktionen p.a. im Durchschnitt	Kaufsummenanteil p.a. im Durchschnitt	Kaufsumme in € pro Transaktion
Österreicher	150.255.243	143	83,23 %	1.050.736
Ausländer ges.	30.272.344	20	16,77 %	1.532.777
Russen	4.289.938	3	2,38 %	1.429.979
Deutsche	4.193.375	2,5	2,32 %	1.677.350
Zyprioten	3.772.076	1,5	2,09 %	2.514.717

Tabelle 1: Die wichtigsten Käufernationen in Wien – Österreicher, Ausländer und davon die Top 3 Nationen

3.2. Kitzbühel und Umgebung

Nun werden Kitzbühel und ausgewählte Gemeinden in der Umgebung analysiert und die Ergebnisse der qualitativen Analyse im ersten Kapitel und jene der quantitativen Analyse im zweiten Kapitel im Detail dargestellt.

3.2.1. Qualitative Analyse für Kitzbühel und Umgebung⁴

In Kitzbühel wurden vier im Luxussegment tätige Immobilienunternehmen befragt. Die Einzelergebnisse lassen sich wie folgt für die jeweilige Fragestellung zusammenfassen:

1. Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen und zwar nach Art, Größe, Lage, Ausstattung, Preis und markanten Eigenschaften?

Einig sind sich alle Befragten, dass sowohl Wohnungen, als auch Häuser Luxusimmobilien sein können. In zwei Fällen wurde für den Raum Kitzbühel vorneweg das Luxuslandhaus, die Landhausvilla und das Chalet als Spezifikum genannt.

Bei den Größen divergieren die Meinungen aufgrund der spezifischen – zumeist zeitlich limitierten Nutzung. Die unterschiedlichen Ansätze spiegeln wieder, dass bei reinen Ferienimmobilien (ähnlich Hotels) nicht vom selben Raumbedarf pro Familie ausgegangen wird, wie bei Hauptwohnsitzen.

So startet der Luxus bei Wohnungen einmal bei 120, einmal bei 150 und einmal erst bei 200 m². Bei Häusern/Chalets gehen die Angaben ebenso auseinander, hier kann Luxus schon ab 150 und ab 250 m² oder erst ab 400 und 500 m² zu haben sein.

Betreffend der bevorzugten Lagen in und um Kitzbühel gibt es absolute Übereinstimmung bei Sonnberg, Aurach/Kochau, Bichlalm und mehrfach genannt werden fußläufige Nähe zur Innenstadt, Nähe zum Hahnenkamm (Schattberg), Kitzbühler Horn, Jochberg, Lutzenberg, Lebenberg, Ellmau, Going (Wilder Kaiser), Kirchberg und Reith.

Bei der Ausstattung von Luxusimmobilien in Kitzbühel darf Altholz, ein (Eichen-) Dielenboden, Naturstein, ein Wellnessbereich, eine große Garage und ein Lift keinesfalls fehlen. Als weitere Luxusmerkmale werden hochwertige Armaturen, eine Küche ab 200.000,-€ ein BUS-System, überall Internet, eine Staubsaugeranlage, ein Hallenbad und ein Weinkeller abwechselnd erwähnt. Der hohe Standard in Kitzbühel wird auch bei der Verarbeitung unabdingbar erwartet.

⁴ Die ausgefüllten Fragebögen der vier in Kitzbühel geführten Interviews finden sich im Anhang S 114ff

Als Preise für Wohnungen werden 1 bis 2 Mio € genannt, wobei es sich um eine Bandbreite von 8.500 bis 17.000,-€/m² handelt, je nach Mikrolage, Ausstattung und Lage im Objekt (Penthouse). Bei Häusern werden 3 bis 22 Mio € als breit streuende Kaufsummen genannt, wobei Beträge bis 5 Mio € regelmäßig vorkommen und Verkäufe darüber hinaus Einzelereignisse je Kanzlei darstellen. Grundstücke werden in Kitzbühel um 2.800 bis 3.500,-€/m² gehandelt. In Reith werden nur mehr 1.000,-€/m² und in Kirchberg zwischen 800 und 1.000,-€/m² bezahlt – auch hier ist also die Bandbreite je nach Mikrolage groß.

Als markante Luxusimmobilien in Kitzbühel werden traumhaft platzierte Landhausvillen mit Sichtdachstuhl in Altholz, außen traditionell und innen modernst ausgestattet oder architektonisch anspruchsvolle Wohnanlagen mit Terrassen beide mit herrlichem Blick, allem Komfort, Wellnessbereich und Garagen ausgestattet betrachtet.

***2. Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an?
Und wo?***

Alle Immobilienunternehmen leben vom Verkauf von Häusern und Wohnungen in den oben genannten bevorzugten Gebieten in und um Kitzbühel. Als bread & butter werden Verkäufe in der Dimension 500.000 bis 3 Mio € betrachtet und Transaktionen darüber hinaus als nur wenige Male im Jahr vorkommendes Sahnehäubchen.

3. Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Drei der Immobilienkanzleien sind zu 75 bis 90 % im Luxussegment tätig. Nur eine Kanzlei nennt einen Anteil von 30%, als aus Transaktionen mit Luxusimmobilien kommend.

4. Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

Zwei Firmen haben nur 10% inländische Kundschaft, eine 15 bis 20% und eine immerhin 40% aus Wien, Linz und Salzburg. Den Sparfuchs wollen zwei der Gesprächspartner eher bei Inländern geortet haben. Ein Unternehmen betont die Nachfrage nach mehr Schlafzimmern bei Inländern aufgrund der vielen Gäste, die zu Besuch kommen.

5. Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Es werden ähnliche Immobilien gesucht, aber durchschnittlich mehr Geld ausgegeben. Der ausländische Käufer ist bei der Ferienimmobilie besonders interessiert am Rundumservice, der von den Kanzleien geboten wird.

6. Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Zu 50 bis 80 % der ausländischen Luxusimmobilienkäufer sind Deutsche. Zweitplatziert sind die Niederländer mit deutlichem Abstand und danach reihen sich Italiener, Briten, Schweizer und die östlichen EU-Nationen (Tschechen, Polen etc.) sowie nur vereinzelt Russen und Araber (aufgrund des Tiroler Grundverkehrsgesetzes).

7. Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Kitzbühel ist eine Feriendestination. Es handelt sich größtenteils um Zweit- oder Mehrfachwohnsitze zu Urlaubszwecken. Manche Menschen verbringen – wenn es sich um den wohlverdienten Ruhestand handelt und z. B. dafür das Unternehmen verkauft wurde – durchaus viel Zeit in Ihrem Luxusdomizil in den Bergen. Deutsche ziehen als „Herdentiere“ einander nach, schätzen die gute Erreichbarkeit (1,5 Stunden von München und drei Flughäfen in Reichweite), das Ambiente und das gute Essen. Die Käufer wännen sich in Österreich in Sicherheit und sehen ihren Immobilienkauf in dieser gefragten Region als sicheres Investment, wenngleich der eigentliche Kauf durchaus emotional entschieden wird.

8. Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

Bei drei der Kanzleien konnte in den letzten Jahren ein wahrhaft spektakulärer Verkauf getätigt werden. So wurden Landhausvillen von 14,5 Mio € an einen Engländer, von 16 Mio € an einen Russen und von 17 Mio € an eine Liechtensteiner Investmentgesellschaft veräußert. Demgegenüber mutet der Verkauf eines Hauses um 8 Mio € an einen Deutschen erwartungsgemäß an.

9. Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Die beiden teuersten Immobilien wurden über Internet gefunden. Die Drittplatzierte durch eine Empfehlung vermittelt und die günstigste durch ein Inserat im Streifzug entdeckt.

10. Welche Aktivitäten (Kontakte, Print, Internet, Direct Mails, Sonstige) setzen Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Persönliche Kontakte und Vormerkkunden werden intensiv gepflegt, beispielsweise mit einem monatlichen Newsletter oder Versand von Objektbüchern.

Alle Kanzleien nutzen Printprodukte für Ihre Werbung. In drei Fällen werden alle drei Magazine des Immobilien Streifzug (Kitzbühel, München, Österreich) gebucht, in zwei Fällen das Lifestyle-Magazin KITZ und das Snow Polo Magazin. Die

Magazine Bellevue, Highlife (Lifestyle für Männer), Trend, Format und Gewinn sowie die Tageszeitungen Frankfurter Allgemeine Zeitung, Financial Times, Süddeutsche Zeitung und Welt am Sonntag wurden vereinzelt genannt.

Auf die Website legen alle Unternehmen großen Wert (in einem Fall wurde daraus ein zweijähriges Projekt gemacht) und es wird in der Hälfte der Fälle auf Google Adwords (Optimierung) gesetzt. Von zwei Unternehmen werden Immobilienportale aus Sicherheitsgründen nicht genutzt.

Objektbücher und Folder werden von der Hälfte der Kanzleien produziert und an Vormerkkunden versandt oder in Hotels aufgelegt. Für Premiumimmobilien werden Einzelbücher und eigene Websites angefertigt. Älteres Zielpublikum schätzt Druckwerke und jüngeres das Internet.

So erfolgen Direct Mailings an Vormerkkunden via Mail und per Post je nach Vorliebe der Interessenten.

11. Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Für Luxusimmobilien in Kitzbühel spielen vor allem deutsche oder auch in Deutschland erhältliche paneuropäische Printmedien (siehe oben) und jedenfalls das Internet eine Rolle. Es wird in Deutsch und Englisch agiert.

12. Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Nein, die Nationalitäten reagieren gleich – dieser Tenor ist einheitlich. Unterschiedliche Reaktionen auf Maßnahmen sind eher eine Frage des Alters, denn der Herkunft.

13. Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Offenbar nehmen viele Interessenten direkt Kontakt auf. Wenngleich Anrufe oder Mails von Sekretärinnen ebenfalls zum Alltag gehören. Nur bei russischen Kunden erleben die Kanzleien den Erstkontakt über Mittelspersonen. Und in allen Fällen, wo die Sprache ein Problem darstellt.

14. Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Telefongespräche und Mails in Englisch und Deutsch scheinen bei allen Kanzleien für den Kontakt mit allen Nationalitäten im Luxusimmobiliengeschäft zu funktionieren. Im Einzelfall wird ein Dolmetscher genommen.

15. Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (Hilfestellung bei GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Die Immobilienkanzleien sind im Luxussegment darauf eingestellt ein Full Service Unternehmen zu sein. Dies wird von den Kunden in unterschiedlicher Intensität auch gerne in Anspruch genommen, da Sie zumeist nur Ihren Urlaub in Kitzbühel verbringen und weder die Kontakte parat, noch die Zeit vor Ort für alle Agenden haben.

Von der Organisation des Hotelaufenthaltes bis zum Einzug in das neue Heim, der Übersiedelung, bis hin zu diversen Anmeldungen (Strom, Wasser, Gas etc.), Referenzlisten von Handwerkern, Hausmeistern, Zugehfrauen, Kindermädchen, Skilehrern, Nennung von Anwälten, Notaren, Steuerberatern hin zum Befüllen des Kühlschranks und der Lieferung des Christbaumes wird gemacht, was gebraucht wird und zwar von allen Dienstleistern.

16. Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

Stiftungen und GmbHs sind die am meisten gewählten Formen des Grunderwerbes. In einem Fall wurde auch das Leasing als mögliche Variante dargestellt.

17. Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Deutsche, Niederländer und Österreicher verhandeln die Kaufpreise. Je fremder ein Käufer ist, umso weniger verhandelt er. Sowohl bei den Käufer- als auch bei den Abgeberprovisionen werden etwa zwischen 2 und 3 % verhandelt. In Einzelfällen mit sehr hohen Transaktionssummen auch Absolutbeträge darunter. Die Bezahlung erfolgt innerhalb von 10 bis 14 Tagen auf ein Treuhandkonto. Andere Varianten sind Verhandlungssache.

18. Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich Nationalitäten, Objekten, Medien, Preisen?

Die Klientel ist im Großen und Ganzen stabil geblieben. Es handelt sich größtenteils um bodenständige Kunden mit altem Geld. Es sind in den letzten Jahren jedoch jüngere Kunden mit + 35 Jahren (z.B. Banker aus London und Frankfurt, die gut im Geschäft sind) dazu gekommen und Kunden aus den neuen EU-Ländern wie Bulgaren, Rumänen etc. Vor 10 – 15 Jahren war das nicht denkbar. Es gab auch in jüngerer Zeit zwei spektakuläre Transaktionen an Käufer aus Saudi-Arabien.

Der Tiroler Stil ist in dieser Region nach wie vor sehr gefragt, allerdings etwas leichter und Designkontraste werden immer häufiger eingesetzt. So wird eine Landhausvilla außen im klassischen Stil innen modern ausgestattet – insbesondere was Bäder und Küchen anbelangt. Außerdem sind zwei Trends ablesbar. Einerseits

suchen die Kunden aufwendige teurere Objekte, andererseits werden die Objekte kleiner und es wird auch die Wohnung statt dem Haus stark nachgefragt.

Das Internet ist omnipräsent und wird auch bei Kitzbühler Luxusimmobilien weiterhin ansteigend eingesetzt. Früher war Print das Hauptmedium, nun ist es das Web. Es werden dennoch von allen Kanzleien Hochglanzmagazine und teilweise Tageszeitungen weiterhin gebucht.

In den letzten 5 bis 10 Jahren hat eine Verdoppelung der Preise mit über 10 % jährliche Steigerungsrate stattgefunden. 2009 ist dann Stillstand eingetreten. Gute Objekte steigen nun langsam und schlechte Lagen haben sogar verloren.

3.2.2. Quantitative Analyse für Kitzbühel und Umgebung

Für die quantitative Analyse für Kitzbühel wurden die Eingangsdaten der qualitativen Interviews, soweit über das Grundbuch abfragbar, herangezogen.

Die Auswertungen wurden durch das Unternehmen Webservices United, das über die österreichweiten Grundbuchdaten je nach Gebiet seit 2008 elektronisch verfügt, durchgeführt.

Es wurden für Kitzbühel und Umgebung alle Transaktionen seit 1.1.2009 bis 1.1.2012 in den Gemeinden Kitzbühel, Aurach, Ellmau, Going, Jochberg, Kirchberg und Reith für Wohnungen und Häuser erhoben. Die Daten wurden für unterschiedliche Fragestellungen zweimal im Zeitraum Jänner bis März abgefragt. Anzumerken ist, dass sich Häuser nicht nach der Nutzung unterscheiden lassen und somit auch Gewerbegebäude inkludiert sein können. Die Einschränkung in die genannten Regionen stellt jedoch sicher, dass eine etwaige Verunreinigung der Daten gering ist, da es sich um klassische Wohngemeinden handelt.

Eine prinzipielle Abfrage von Quadratmeterpreisen ist auch in Kitzbühel und Umgebung nicht möglich, da die Nutzflächen nicht durchgängig zur Verfügung stehen und somit die Abweichung zu groß wäre. Ebenso muss angemerkt werden, dass der konkrete Zustand einer Immobilie durch die Abfrage im Grundbuch nicht festgestellt werden kann. So wurde über die Lage in Kitzbühel und den genannten Orten im Umfeld und den Kaufpreis der Objekte für die quantitative Analyse die Einschränkung für Luxusimmobilien getroffen. Für die Beantwortung der Fragestellungen und Hypothesen der vorliegenden Arbeit ist dies auch geeignet. Als in jedem Falle ausreichende Definition einer einzelnen Immobilie als Luxusimmobilie für Kitzbühel und Umgebung ist dies für darüber hinausgehende Fragestellungen jedoch nicht genügend.

Für die genannten Orte wurden Luxusimmobilien nach folgenden Kaufpreisen eingeschränkt:

- Luxuswohnungen mit einem Kaufpreis von ab 500.000,-€
- Luxushäuser mit einem Kaufpreis von ab 2.500.000,-€

Es wurden innerhalb des Ergebniszeitraumes in Kitzbühel und Umgebung

- insgesamt 485 Wohnungen mit einem Transaktionsvolumen von 217.599.000,-€ gekauft, davon 141 Luxuswohnungen mit einem Volumen von 153.615.000,-€ und
- insgesamt 265 Häuser mit einem Transaktionsvolumen von 336.000.000,-€ gekauft, davon 28 Luxushäuser mit einem Volumen von 143.000.000,-€

Somit lässt sich die Aussage treffen, dass das Luxussegment in Kitzbühel mit 29,1 % der Wohnungskäufe für 70,59 % des Transaktionsvolumens bei Wohnungen und mit 10,57 % der Häuserkäufe für 42,56 % des Transaktionsvolumens bei Häusern verantwortlich ist.

Zusammengefasst stehen 750 Transaktionen mit 553.599.000,-€ Kaufpreisvolumen 169 Luxustransaktionen mit einem Volumen von 296.615.000,-€ gegenüber. Dies ist ein Verhältnis von 22,53 % der Transaktionen zu 53,58 % des Kaufpreisvolumens für Kitzbühel und Umgebung, die aus dem Luxussegment generiert werden.

Analysiert man die Daten einer weiteren Abfrage nach der Provenienz der Käufer in Kitzbühel und Umgebung, so gelangt man zu folgenden Erkenntnissen:

Luxuswohnungen und -häuser wurden im Befragungszeitraum zu 49,42 % von Österreichern und zu 50,58 % von Ausländern gekauft, wobei Österreicher ein Transaktionsvolumen von 46,42 % und Ausländer von 53,58 % bewegt haben. Im Durchschnitt wurden von den Österreichern 1.851.401,-€ und von Ausländern 2.088.178,-€ je Luxusimmobilienkauf ausgegeben.

Die ausländischen Luxusimmobilienkäufer in Kitzbühel und Umgebung kamen im Untersuchungszeitraum aus mindestens 13 Staaten (lt. Grundbuch) und trugen im Verhältnis zum gesamten Luxusimmobilienmarkt wie folgt zu den Transaktionen bei. Ein Ranking nach dem Gesamtvolumen des jeweiligen Landes ist aussagekräftiger, denn eines nach Transaktionshöhe pro Käufer, da es sich bei etlichen um Einzelkäufe handelt:

- Deutsche mit 43,32 % und durchschnittlichen 2.040.083,-€ pro Transaktion
- Zyprioten mit 2,58 % und durchschnittlichen 4.373.750,-€ pro Transaktion

- Liechtensteiner mit 2 % und 6.780.000,-€ bei dieser Transaktion
- Luxemburger mit 0,96 % und 3.250.000,-€ bei dieser Transaktion
- Schweizer mit 0,91 % und durchschnittlichen 1.540.000,-€ pro Transaktion
- Russe mit 0,88 % und 3.000.000,-€ bei dieser Transaktion
- Italiener mit 0,65 % und 2.200.000,-€ bei dieser Transaktion
- Indonesier mit 0,61 % und 2.080.000,-€ bei dieser Transaktion
- Niederländer mit 0,46 % und durchschnittlichen 771.500,-€ pro Transaktion
- Engländer mit 0,39 % und 1.330.000,-€ bei dieser Transaktion
- Tscheche mit 0,36 % und 1.210.000,-€ bei dieser Transaktion
- Belgier mit 0,29 % und 975.000,-€ bei dieser Transaktion
- Franzose mit 0,17 % und 590.000,-€ bei dieser Transaktion

Das Ergebnis der quantitativen Analyse für Luxusimmobilienkäufer in Kitzbühel zeigt ein eindeutiges Bild. Die Immobilien gehen von der Anzahl der Transaktionen, nahezu 50 : 50 an Österreicher und Ausländer. Inländer geben jedoch pro Immobilie um 11,34 % im Durchschnitt weniger aus, als ausländische Käufer.

80 % des ausländischen und 43,32 % des gesamten Transaktionsvolumen bei Luxusimmobilienkäufen in Kitzbühel und Umgebung wird von Deutschen getätigt. Es treten zwar andere Nationen als neue Eigentümer in Erscheinung, aber jeweils nur vereinzelt. Es folgt ein Kurzüberblick der wichtigsten Käufernationen von Luxusimmobilien in Kitzbühel und Umgebung:

Kitzbühel und Umgebung Käufernationen	Kaufsummen in € p.a. im Durchschnitt	Transaktionen p.a. im Durchschnitt	Kaufsummenanteil p.a. im Durchschnitt	Kaufsumme in € pro Transaktion
Österreicher	40.789.694	28,3	40,25 %	1.439.636
Ausländer ges.	60.557.167	29	59,75 %	2.088.178
Deutsche	48.962.000	24	48,31 %	2.040.083
Zyprioten	2.915.833	0,7	2,88 %	4.373.750
Liechtensteiner	2.260.000	0,3	2,33 %	6.780.000

Tabelle 2: Die wichtigsten Käufernationen in Kitzbühel und Umgebung – Österreicher, Ausländer und davon die Top 3 Nationen

3.3. Salzburg Stadt

Als nächste Agglomeration von Luxusimmobilien in Österreich wird die Stadt Salzburg analysiert und die Ergebnisse der qualitativen Analyse im ersten Kapitel und jene der quantitativen Analyse im zweiten Kapitel im Detail dargestellt.

3.3.1. Qualitative Analyse für Salzburg Stadt⁵

In Salzburg Stadt wurde ein im Luxussegment tätiges Immobilienunternehmen, mit dortigem Hauptsitz befragt. Die Kanzlei ist neben Salzburg auch im Salzkammergut, Kitzbühel, Wien und je nach Objekt auch in anderen Regionen tätig. Die Ergebnisse für Salzburg Stadt lauten wie folgt:

1. Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen und zwar nach Art, Größe, Lage, Ausstattung, Preis und markanten Eigenschaften?

Luxusimmobilien sind zumeist Liebhaberobjekte. Die Größe ist je nach Nutzung und Objekt relativ – auch im Luxussegment.

Bei den Lagen geht es immer um Rarität bis Einzigartigkeit. Es wird das ganz Besondere gesucht. Innenstadtlagen oder Einzellagen, Blick über die Stadt, den See, auf einen Landstrich oder einen Gebirgszug sind gefragt und teuer. Bei Hauptwohnsitzen werden andere Kriterien bei der Auswahl herangezogen als bei Ferienwohnsitzen.

Bei der Ausstattung wird höchste Qualität der Materialien und Verarbeitung erwartet.

Eine Luxusimmobilie ist immer teuer. So bezahlt man für diese in Salzburg Stadt ab 5.000,-€/m², wobei die 10.000,-€Schwelle bei Top-Objekten bereits überschritten wurde. Eine Wohnung ab 400.000,-€ fällt somit in die Kategorie Luxus und bei Häusern beginnt dies bei 1 Mio €

Als markante Eigenschaft einer Luxusimmobilie nennt die Kanzlei ein entsprechendes Entrée, nach der Anzahl der Schlafzimmer entsprechende Bäder und Toiletten und die inzwischen standardisierten Merkmale, wie Parkplatz und Lift (bei mehrgeschossigem Wohnbau).

2. Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an? Und wo?

Die Kanzlei hat sich auf Liebhaberobjekte spezialisiert, die in Salzburg, Kitzbühel und Wien, sowie im Salzkammergut und beispielsweise auch der Südsteiermark vermittelt werden.

3. Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

⁵ Da in Salzburg Stadt ein Unternehmen befragt wurde, findet sich der Text des Interviews auf den nächsten Seiten. Das Gespräch wurde mit der Eigentümerin am 23.11.2011 persönlich geführt.

Es mutet durch die eindeutige Orientierung an Luxusimmobilien nur logisch an, dass der Umsatz zu nahezu 100 % in diesem Segment generiert wird.

4. Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

Die Erbgeneration in Österreich beschert dem Unternehmen einen etwa 50%igen Anteil an inländischer Kundschaft. Oft sind es österreichische Stiftungen, die ihr Portfolio erweitern. Österreicher sind jedoch aufwendig, lassen sich mehr Zeit und schauen sich einfach gerne Immobilien an.

5. Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Die 50% ausländische Käufer sind deutlich gezielter in ihrem Vorhaben. Hier werden zumeist Ferienimmobilien zur Entschleunigung gesucht. Alleinlagen und traditionelles sowie auch autarkes Leben werden stark nachgefragt.

6. Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Etwa 2/3 der ausländischen Luxuskäufer sind Deutsche, dann folgen mit weitem Abstand Niederländer, Engländer und vereinzelt Argentinier, Chilenen, Chinesen, Amerikaner und andere. Nationale Vorlieben konnten keine genannt werden.

7. Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Die Immobilien suchenden Ausländer lieben Österreich – die Lebenskultur, die Kultur, die Natur und Freizeitmöglichkeiten. Aber es sind auch die Sicherheit, das Schulsystem, die Gesundheitsversorgung und schließlich die gute und rechtssichere Investition in eine österreichische Immobilie ausschlaggebend. Die perfekte Infrastruktur Salzburgs mit internationalem Flughafen und Autobahnen in die rundum begehrten Regionen hilft zusätzlich.

8. Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

Ein Haus an einen Deutschen um 5 Mio € war in jüngerer Zeit der teuerste Verkauf.

9. Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Der Kunde hatte über Internet gesucht. Die Kanzlei hat sich über die Grenzen hinweg – auch mit der Website, in die laufend sehr viel investiert wird - einen Namen gemacht.

10. Welche Aktivitäten (Kontakte, Print, Internet, Direct Mails, Sonstige) setzen Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Bestehende Kundenkontakte werden regelmäßig gepflegt und ausgeweitet. Es wird eine eigenes Magazin herausgebracht und in allen Shuttles in Salzburg, Tirol und Vorarlberg sowie in Top-Hotels aufgelegt. Der Mediamix inkludiert österreichische und deutsche Hochglanzmagazine (vom Immobilien Streifzug bis Bellevue), Tageszeitungen (hin bis zu New York Times) und hunderte von Immobilienplattformen.

Größter Wert wird auf die eigene Website gelegt. Eine deutsche Werbeagentur ist für Design und laufende Betreuung verantwortlich. Das Unternehmen arbeitet als erste Immobilienkanzlei Österreichs mit dem QR Code (quick response), der in Japan von Denso Wave 1994 für den Toyota-Konzern erfunden wurde und seitdem seinen Weg um die Welt macht. Dieser kann - via einem App, das auf das Mobiltelefon geladen wird - von allen Inseraten und sonstigen Veröffentlichungen gescannt werden und führt so schnell direkt zum Objekt auf der Website.

11. Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Auf die Internationalität wird großer Wert gelegt. Englische native speaker stehen zur Verfügung und die Website ist jedenfalls zweisprachig (schriftlich, wie auch die Vorlesung der Objektbeschreibung). Durch Übersetzungstools kann in weiteren Sprachen gearbeitet werden.

Es werden laufend internationale Printmedien gebucht. Dies zumeist in Deutsch und Englisch und punktuell anderssprachig.

12. Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Der internationale Luxuskäufer reagiert gleich – ungeachtet der Nationalität!

13. Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Die Kunden nehmen zumeist direkt Kontakt auf. Indirekte Kontakte gibt es vor allem bei Botschaften.

14. Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Je nach Sprache wird (beispielsweise bei Russisch) eine Dolmetscherin beigezogen.

15. Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (Hilfestellung bei GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Es wird internationalen Luxusäufern von der Übersiedlung über die komplette bewohnbare Bereitstellung der Immobilie bis zum Personal alles geboten, was gebraucht wird.

16. Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

Die Käufer in diesem Segment sind sehr gut informiert und vorbereitet. Es werden häufig GmbHs gegründet.

17. Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Es wird zu 87% mit Fixpreisen agiert (die Preise sind fair und daher nicht disponibel). Die Provision bewegt sich beim Alleinvermittlungsauftrag bei 2 bis 2,5 %. Der Kunde zahlt nahezu immer 3%.

18. Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich Nationalitäten, Objekten, Medien, Preisen?

Als neue Kunden sind Chinesen, Süd-Amerikaner und Griechen in jüngerer Zeit aufgefallen. Die bisherige Kundenstruktur ist stabil geblieben.

An Objekten wurden verstärkt Liegenschaften, die autarkes Leben ermöglichen (mit Feld, Wald, Quelle) nachgefragt.

Die Mediennutzung hat sich stark auf das Internet verlagert. Print bleibt in Kombination noch interessant.

Die Preise haben sich in den letzten ca. 5 Jahren fast verdoppelt.

3.3.2. Quantitative Analyse für Salzburg Stadt

Für die quantitative Analyse für Salzburg wurden die Eingangsdaten des qualitativen Interviews, soweit durch das Grundbuch abfragbar, herangezogen.

Die Auswertungen wurden durch das Unternehmen Webservices United, das über die österreichweiten Grundbuchdaten je nach Gebiet seit 2008 elektronisch verfügt, durchgeführt.

Es wurden für Salzburg Stadt alle Transaktionen seit 1.1.2008 bis 1.1.2012 für Wohnungen erhoben. Die Daten wurden für unterschiedliche Fragestellungen zweimal im Zeitraum Jänner bis März abgefragt. Da sich Häuser (lt. den Kaufverträgen) nicht nach der Nutzung unterscheiden lassen und somit auch

Betriebsgebäude inkludiert sein können, wurden diese Daten für Salzburg Stadt nicht verwendet. Hier ist die Verunreinigung der Daten nicht vernachlässigbar.

Eine prinzipielle Abfrage von Quadratmeterpreisen ist auch in Salzburg nicht möglich, da die Nutzflächen nicht durchgängig zur Verfügung stehen und somit die Abweichung zu groß wäre. Ebenso muss angemerkt werden, dass der konkrete Zustand einer Immobilie durch die Abfrage im Grundbuch nicht festgestellt werden kann. So wurde über die Lage in Salzburg Stadt und den Kaufpreis der Objekte für die quantitative Analyse die Einschränkung für Luxusimmobilien getroffen. Für die Beantwortung der Fragestellungen und Hypothesen der vorliegenden Arbeit ist dies auch geeignet. Als in jedem Falle ausreichende Definition einer einzelnen Immobilie als Luxusimmobilie für Salzburg ist dies für darüber hinausgehende Fragestellungen jedoch nicht genügend.

Für Salzburg Stadt wurden Luxusimmobilien nach folgenden Kaufpreisen eingeschränkt:

- Luxuswohnungen mit einem Kaufpreis von ab 500.000,-€

Es wurden innerhalb des Ergebniszeitraumes in Salzburg Stadt

- insgesamt 4.800 Wohnungen mit einem Transaktionsvolumen von 760.000.000,-€ gekauft, davon 140 Luxuswohnungen mit einem Volumen von 125.000.000,-€

Somit lässt sich die Aussage treffen, dass das Luxussegment in Salzburg Stadt mit 2,92 % der Wohnungskäufe für 16,4 % des Transaktionsvolumens bei Wohnungen verantwortlich ist.

Analysiert man die Daten einer weiteren Abfrage nach der Provenienz der Käufer in Salzburg Stadt, so gelangt man zu folgenden Erkenntnissen:

Luxuswohnungen wurden im Befragungszeitraum zu 84,67 % von Österreichern und zu 15,33 % von Ausländern gekauft, wobei Österreicher ein Transaktionsvolumen von 86,31 % und Ausländer von 13,69 % bewegt haben. Im Durchschnitt wurden von den Österreichern 905.909,-€ und von Ausländern 793.472,-€ je Luxuswohnungskauf ausgegeben.

Die ausländischen Luxusimmobilienkäufer in der Stadt Salzburg kamen im Untersuchungszeitraum aus 6 Staaten (lt. Grundbuch) und trugen im Verhältnis zum gesamten Luxusimmobilienmarkt wie folgt zu den Transaktionen bei. Ein Ranking nach dem Gesamtvolumen des jeweiligen Landes ist aussagekräftiger, denn eines

nach Transaktionshöhe pro Käufer, da es sich mit Ausnahme der Deutschen um Einzelkäufe handelt:

- Deutsche mit 9,35 % und durchschnittlichen 711.401,-€ pro Transaktion
- Liechtensteiner mit 1,6 % und 1.950.000,-€ bei dieser Transaktion
- Engländer mit 0,99 % und 1.200.000,-€ bei dieser Transaktion
- Monegasen mit 0,76 % und 930.000,-€ bei dieser Transaktion
- Singapurer mit 0,54 % und 660.500,-€ bei dieser Transaktion
- Niederländer mit 0,44 % und 540.000,-€ bei dieser Transaktion

Das Ergebnis der quantitativen Analyse für Luxusimmobilienkäufer in Salzburg Stadt zeigt klare Tendenzen. Die Immobilien gehen von der Anzahl der Transaktionen (84,67 %) größtenteils an Österreicher. Inländer geben in Salzburg pro Immobilie um etwa 12,41 % im Durchschnitt mehr Geld aus, als ausländische Käufer.

68,30 % des ausländischen, allerdings nur 9,35 % des gesamten Transaktionsvolumen bei Luxusimmobilienkäufen in Salzburg wird von Deutschen getätigt. Einige andere Nationen traten als Käufer in Erscheinung, aber jeweils nur mit Einzeltransaktionen. Es folgt ein Kurzüberblick der wichtigsten Käufernationen von Luxusimmobilien (hier nur Wohnungen) in Salzburg Stadt:

Salzburg Stadt Käufernationen	Kaufsummen in € p.a. im Durchschnitt	Transaktionen p.a. im Durchschnitt	Kaufsummenanteil p.a. im Durchschnitt	Kaufsumme in € pro Transaktion
Österreicher	26.271.347	29	86,31 %	905.909
Ausländer ges.	4.165.727	5,3	13,69 %	793.472
Deutsche	2.845.602	4	9,35 %	711.401
Liechtensteiner	487.500	0,3	1,60 %	1.950.000
Engländer	300.000	0,3	0,99 %	1.200.000

Tabelle 3: Die wichtigsten Käufernationen in Salzburg Stadt – Österreicher, Ausländer und davon die Top 3 Nationen

3.4. Salzkammergut

Nun wird das Salzkammergut analysiert und die Ergebnisse der qualitativen Analyse im ersten Kapitel und jene der quantitativen Analyse im zweiten Kapitel im Detail dokumentiert.

3.4.1. Qualitative Analyse für das Salzkammergut⁶

Im Salzkammergut wurde ein im Herzen der Region – in Bad Ischl - ansässiges, auch im Luxussegment tätiges Immobilienunternehmen befragt. Die Ergebnisse lauten wie folgt:

1. Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen und zwar nach Art, Größe, Lage, Ausstattung, Preis und markanten Eigenschaften?

Im Salzkammergut werden im Luxussegment sowohl Wohnungen als auch Häuser gekauft. Die regionale und sehr stark nachgefragte Besonderheit bei Häusern sind Bürgervillen (Bad Ischl), ihre rustikaleren Schwestern mit Holzveranden, die Salzkammergutvillen und sogenannte Bauernsacherl. Als Luxus wird es hier insbesondere gesehen Villen, Holz- und Steinhäuser im Original möglichst ohne grobe Renovierungssünden kaufen zu können.

Daher ist es leicht nachvollziehbar, dass dieserorts das Original über die Größe gestellt wird und auch ein historisches 100 m² Holzhaus bei einer Ferienimmobilie bereits als Luxus betrachtet wird. Bei Wohnungen beginnt der Luxus etwa ab 120 m² und bei den typischen Bürger- und Salzkammergutvillen ab 270 m². Die Grundfläche von etwa 90 bis 100 m², das Stockwerks- und Raumkonzept sind hier durch das Baujahr geprägt und fast standardisiert. So gibt es jeweils einen Keller und 2 bis 3 Geschosse, die von der Herrschaft und vom Gesinde in damals gewohnter Manier stockwerksweise bewohnt wurden.

Beschäftigt man sich mit dem Salzkammergut, wird schnell klar, dass es unterschiedliche Auffassungen darüber gibt, was dazu zählt. So gibt es einerseits die weite Auslegung des Regionsbegriffes auf das 3 Bundesländer umfassende Seengebiet mit einer Unterteilung in 10 Regionen, die aus dem Bereich des Tourismusmarketing stammt:

- Ferienregion Almtal
- Ferienregion Attergau
- Ferienregion Attersee
- Ferienregion Bad Ischl
- Ferienregion Traunsee
- Ferienregion Wolfgangsee
- Dachstein Salzkammergut
- Mondseeland mit Mondsee & Irrsee

⁶ Da im Salzkammergut ein Unternehmen befragt wurde, findet sich der Text des Interviews auf den nächsten Seiten. Das Gespräch wurde mit dem Eigentümer am 10.2.2012 persönlich geführt.

Andererseits gibt es die enge Auslegung des Salzkammergutes als sogenanntes Inneres Salzkammergut, das einen Radius von etwa 25 km rund um Bad Ischl beschreibt und folgende Regionen dazu zählt:

- Region Südufer Traunsee (Ebensee,...)
- Region Wolfgangsee (St. Gilgen - mit internationaler Schule, St. Wolfgang, Strobl,...)
- Bad Ischl
- Hallstätter See (Untersee, Obersee,...)
- Ausseer Seen (Altaussee, Bad Aussee,...)

Luxusimmobilien in der historisch originalen Form findet man am Ehesten im Inneren Salzkammergut. Hier gibt es auch ganzjähriges Treiben und Leben. Gleichzeitig ist dieses jedoch von relativ geringer Bautätigkeit geprägt. Und so weichen Bauträger auf die Regionen des gesamten Seengebietes aus. Insbesondere rund um den Attersee hat sich eine Agglomeration von luxuriösen Seeliegenschaften gebildet. Aus diesen Erkenntnissen haben sich abweichend von den regionalen Definitionen folgende Orte als Luxusliegenschaften bietende im Großraum des Salzkammergutes herauskristallisiert, die in die quantitative Analyse Eingang gefunden haben:

Am Wolfgangsee:

- St. Gilgen
- St. Wolfgang
- Strobl

Am Attersee:

- Seewalchen
- Attersee
- Abtsdorf
- Nussdorf
- Stockwinkl
- Schörfling
- Weyregg
- Steinbach
- Weißenbach
- Unterach

Am Mondsee:

- Mondsee

Am Fuschlsee:

- Hof
- Fuschl am See

Am Zellersee:

- Zell am Moos

Am Altausseersee:

- Altaussee

Am Grundlsee:

- Grundlsee
- Bad Aussee

Bei der Ausstattung wurde nochmals die Originalität der historischen Gebäude betont und bei Um- und Neubauten auf den internationalen Standard (Raumkonzept, Garagen, Lift, Wellnessbereich), der von Luxusimmobilien erwartet wird, hingewiesen.

Häuser und Villen sind ab etwa 750.000,-€ der Luxuskategorie zuzuzählen und bei Wohnungen ab etwa 300.000,-€ Für Grundstücke werden 250 bis 400,-€ bezahlt. Wohnungen mit Seeblick erreichen 4.500 bis 5.000,-€/m² Wohnfläche. Für ein Haus mit etwa 150 bis 200 m² Wohnfläche auf einem 700 bis 1.000 m² großem Grundstück mit Seeblick ist mit rund 1,2 Mio € zu rechnen. Der Seeblick schlägt sich mit plus 30 bis 40% gegenüber dem Sachwert zu Buche.

Als markante Eigenschaft von Luxusimmobilien für internationale Kunden wird zu jedem Schlafzimmer ein eigenes Bad, eine Toilette und Ankleide erwartet und außerdem schöne Terrassen und Balkone mit herrlichen Blicken in die Landschaft. Im Idealfall handelt es sich um eine Liegenschaft direkt am See mit eigenem Seezugang.

**2. Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an?
Und wo?**

Das befragte Unternehmen vermittelt vorzüglich Seeliegenschaften und aktueller Weise durch die Kooperation mit einem Bauträger vermehrt Luxuswohnungen.

3. Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Die Immobilienkanzlei macht mit Luxusimmobilien einen Umsatz von etwa 40% des Gesamtvolumens.

4. Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

Luxusimmobilien werden zu 50 % von Inländern und 50% von Ausländern gekauft. Eine besondere Neigung konnte nicht genannt werden.

5. Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Bei den ausländischen Käufern hängt die Neigung, ob eine Wohnung oder eher ein Haus gekauft wird oftmals von der Lebensphase ab. Im Berufsleben stehende Ausländer entscheiden sich eher für eine Wohnung. Sie schätzen die wenige Arbeit und die geringeren Sorgen, die mit einer Hausverwaltung und Nachbarn rundum verbunden sind. Wohingegen Pensionisten und Privatiers zu Häusern neigen, da sie mehr Zeit haben das Luxusdomizil zu genießen und zu pflegen.

6. Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Im Salzkammergut scheint sich besonders gerne „altes Geld“ anzusiedeln. Von den 50 % ausländischen Käufern von Luxusimmobilien, kommen etwa 20% aus Großbritannien und ebenso viele aus Deutschland. Die restlichen 10% der Käufer kommen aus neuen EU-Ländern, sowie aus den Niederlanden, Frankreich, und anderen innereuropäischen Ländern.

7. Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Das Salzkammergut hat international einen guten Namen als gesellschaftlich hochwertige und landschaftlich besonders reizvolle Region. Es werden die Rechtssicherheit, die gute Infrastruktur und die hervorragende Erreichbarkeit via A1 zu den Flughäfen in Salzburg, Wien und München geschätzt.

8. Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

Es wurde ein Haus in St. Gilgen an einen polnischen Kunden um 850.000,-€ verkauft.

9. Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Die Immobilie wurde im Internet gefunden.

10. Welche Aktivitäten (Kontakte, Print, Internet, Direct Mails, Sonstige) setzen Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Der Gesprächspartner legt großen Wert auf seine gut gepflegte Datenbank mit Vormerkkunden – sogenannte prequalified customers! Und in England werden Kooperationen gepflegt.

Printaktivitäten (egal ob Wirtschaftsmagazine, Lifestylmagazine oder Tageszeitungen) leiden vor allem darunter, dass die Erreichbarkeit der Zielgruppe zu ungenau, die Kontaktquote zu gering und sie somit letztendlich zu teuer sind.

11. Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Es wird dem Internet ein sehr hoher Stellenwert eingeräumt – vor allem der eigenen Website. Plattformen werden national und international in Deutsch und Englisch selektiv eingesetzt und durchaus auf eine flache Kostenstruktur ohne zu starke Bindungen geachtet.

12. Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Alle Kunden reagieren auf das Internet und Englischsprachige schätzen den absolut zweisprachigen Service in jeder Phase des Geschäftes bis hin zur Vertragsübersetzung.

13. Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Im Salzkammergut ist der direkte Kontakt zum Vermittler üblich.

14. Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Mit Ausnahme der Sprachen Deutsch und Englisch gibt es keine länderspezifischen Herausforderungen, allerdings neue Erkenntnisse in der Verlässlichkeit als Geschäftspartner.

Briten sind auffallend professionell, gut vorbereitet und angenehm diszipliniert in der Gesamtabwicklung.

Deutsche haben sich seit der Krise – offenbar durch einen soziodemographischen Ruck nach unten - leider zu einer Risikogruppe entwickelt. Auch in ehemals seriösen und gutdotierten Berufen (wie etwa Steuerberater), stellen sich nun plötzlich unerwartete Schwierigkeiten heraus.

15. Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (Hilfestellung bei GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Das Unternehmen versteht sich als Full Service Anbieter. Vom Anwalt, über den Steuerberater, zur Vermietung des Objektes, der Versicherung, dem Organisieren des Housekeeping wird alles, was der Kunde braucht und wünscht, erledigt. Diesen Service nehmen insbesondere nicht deutschsprachige Ausländer und Ferienimmobilienkäufer gerne an. Diese möchten von der Suche bis zum Kaufvertrag und auch der Nachversorgung in der kurzen Zeit eines Aufenthaltes möglichst alles unter Dach und Fach bringen.

16. Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

Nahezu alle Luxusimmobilienkäufer im Salzkammergut kaufen als Privatperson.

17. Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Durch den hohen Serviceanteil ist die 3%ige Provision kaum Thema von Verhandlungen. Briten schätzen den Wert der Dienstleistung viel korrekter ein als beispielsweise Inländer. Durch die nahe Beziehung zu den Vertragsrichtern in dieser Region, wird das Einheben der Provision im Rahmen der Nebenkosten gleich mit erledigt.

Abgeber bezahlen 2,7 bis 3 % bei normal aufwendigen Immobilien bei einem Alleinvermittlungsauftrag und bei einem Selbstläufer, der in kürzester Zeit vermittelt ist 2,5 % Provision.

70 % der Kunden benötigen keine Finanzierung. Es gibt merkliche Zyklen, wo viel Geld aus einer Nation kommt. So gab es vor 2008 eine Aufwertung der Immobilienwerte in Großbritannien, die sich im Abschöpfen dieses Kapitals und dem vermehrten Kauf auch im Salzkammergut auswirkte. Während der Folgejahre verschwanden die Briten und nun kommen sie wieder.

Die benötigte Eigenmittelkapitalausstattung hat sich auf heute 30 bis 40 % deutlich verändert und macht den restlichen 30% der Käufer zu schaffen.

18. Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich Nationalitäten, Objekten, Medien, Preisen?

Die Hauptnationalitäten haben sich nicht geändert – dazugekommen sind die neuen EU-Länder.

Stärker nachgefragt werden moderne Bauträgerobjekte, als früher.

Das Internet ist im Vormarsch. Es wird Weiterentwicklungen geben.

Die Preise befinden sich am Rande der Überhitzung.

3.4.2. Quantitative Analyse für das Salzkammergut

Für die quantitative Analyse für das Salzkammergut wurden die Eingangsdaten der qualitativen Interviews, soweit über das Grundbuch abfragbar, herangezogen.

Die Auswertungen wurden durch das Unternehmen Webservices United, das über die österreichweiten Grundbuchdaten je nach Gebiet seit 2008 elektronisch verfügt, durchgeführt.

Es wurden für das Salzkammergut alle Transaktionen seit 1.1.2009 bis 1.1.2012 in den Gemeinden St. Gilgen, St. Wolfgang, Strobl, Seewalchen, Attersee, Absdorf, Nußdorf, Stockwinkl, Schörfling, Weyregg, Steinbach, Weißenbach, Unterach, Mondsee, Hof, Fuschl am See, Zell am Moos, Altaussee, Grundlsee und Bad Aussee für Wohnungen und Häuser erhoben. Die Daten wurden für unterschiedliche Fragestellungen zweimal im Zeitraum Jänner bis März abgefragt. Anzumerken ist, dass sich Häuser nicht nach der Nutzung unterscheiden lassen und somit auch Gewerbegebäude inkludiert sein können. Die Einschränkung in die genannten Gemeinden stellt jedoch sicher, dass eine etwaige Verunreinigung der Daten gering ist, da es sich um klassische Wohngebieten handelt.

Eine prinzipielle Abfrage von Quadratmeterpreisen ist auch im Salzkammergut nicht möglich, da die Nutzflächen nicht durchgängig zur Verfügung stehen und somit die Abweichung zu groß wäre. Ebenso muss angemerkt werden, dass der konkrete Zustand einer Immobilie durch die Abfrage im Grundbuch nicht festgestellt werden kann. So wurde über die Gemeinden und den Kaufpreis der Objekte für die quantitative Analyse die Einschränkung für Luxusimmobilien getroffen. Für die Beantwortung der Fragestellungen und Hypothesen der vorliegenden Arbeit ist dies auch geeignet. Als in jedem Falle ausreichende Definition einer einzelnen Immobilie als Luxusimmobilie im Salzkammergut ist dies für darüber hinausgehende Fragestellungen jedoch nicht genügend.

Für die genannten Orte wurden Luxusimmobilien nach folgenden Kaufpreisen eingeschränkt:

- Luxuswohnungen mit einem Kaufpreis von ab 300.000,-€
- Luxushäuser mit einem Kaufpreis von ab 750.000,-€

Es wurden innerhalb des Ergebniszeitraumes im Salzkammergut

- insgesamt 848 Wohnungen mit einem Transaktionsvolumen von 127.664.000,-€ gekauft, davon 61 Luxuswohnungen mit einem Volumen von 34.444.795,-€ und

- insgesamt 650 Häuser mit einem Transaktionsvolumen von 330.000.000,-€ gekauft, davon 52 Luxushäuser mit einem Volumen von 77.013.355,-€

Somit lässt sich die Aussage treffen, dass das Luxussegment im Salzkammergut mit 7,19 % der Wohnungskäufe für 26,98 % des Transaktionsvolumens bei Wohnungen und mit 8 % der Häuserkäufe für 23,34 % des Transaktionsvolumens bei Häusern verantwortlich ist.

Zusammengefasst stehen 1.498 Transaktionen mit 457.664.000,-€ Kaufpreisvolumen 113 Luxustransaktionen mit einem Volumen von 111.458.150,-€ gegenüber. Dies ist ein Verhältnis von 7,54 % der Transaktionen zu 24,35 % des Kaufpreisvolumens für das Salzkammergut, die aus dem Luxussegment generiert werden.

Analysiert man die Daten einer weiteren Abfrage nach der Provenienz der Käufer im Salzkammergut so gelangt man zu folgenden Erkenntnissen:

Luxuswohnungen und -häuser wurden im Befragungszeitraum zu 85,84 % von Österreichern und zu 14,16 % von Ausländern gekauft, wobei Österreicher ein Transaktionsvolumen von 89,45 % und Ausländer von 10,55 % bewegt haben. Im Durchschnitt wurden von den Österreichern 1.027.848,-€ und von Ausländern 734.804,-€ je Luxusimmobilienkauf ausgegeben.

Die ausländischen Luxusimmobilienkäufer im Salzkammergut kamen im Untersuchungszeitraum aus 7 Staaten (lt. Grundbuch) und trugen im Verhältnis zum gesamten Luxusimmobilienmarkt wie folgt zu den Transaktionen bei. Ein Ranking nach dem Gesamtvolumen des jeweiligen Landes ist aussagekräftiger, denn eines nach Transaktionshöhe pro Käufer, da es sich bei etlichen um Einzelkäufe handelt:

- Deutsche mit 5,16 % und durchschnittlichen 821.781,-€ pro Transaktion
- Engländer mit 2,08 % und durchschnittlichen 1.160.000,-€ pro Transaktion
- Zypriote mit 1,35 % und 1.500.000,-€ bei dieser Transaktion
- Russen mit 1 % und durchschnittlichen 370.133,-€ pro Transaktion
- Thailänder mit 0,34 % und 384.000,-€ bei dieser Transaktion
- Franzose mit 0,32 % und 360.000,-€ bei dieser Transaktion
- Schweizer mit 0,30 % und 330.000,-€ bei dieser Transaktion

Das Ergebnis der quantitativen Analyse für Luxusimmobilienkäufer im Salzkammergut stellt die Orientierung klar. Die Immobilien gehen von der Anzahl der Transaktionen mit 85,84 % an Österreicher. Inländer geben außerdem pro Immobilie um etwa 28,51 % im Durchschnitt mehr aus, als ausländische Käufer.

48,92 % des ausländischen und 5,16 % des gesamten Transaktionsvolumens bei Luxusimmobilienkäufen im Salzkammergut wird von Deutschen getätigt. Es treten

zwar andere Nationen als neue Eigentümer in Erscheinung, aber jeweils nur vereinzelt.

Es sei noch festgehalten, dass sich als besondere Konzentration des Investments in Luxusimmobilien die Orte rund um den Attersee und um den Wolfgangsee mit 73,88 % des gesamten Transaktionsvolumens für Luxuswohnungen und –häuser im Salzkammergut herausgestellt haben. Besonders zu betonen ist, dass 87,28 % des ausländischen Luxusimmobilienvolumens hier ausgegeben wird. Dennoch sind die Österreicher mit mehr als dem 7-fachen des ausländischen Investitionsvolumens massiv präsent unter den Luxusimmobilienkäufern am Attersee und Wolfgangsee.

Es folgt ein Kurzüberblick der wichtigsten Käufernationen von Luxusimmobilien im Salzkammergut:

Salzkammergut Käufernationen	Kaufsummen in € p.a. im Durchschnitt	Transaktionen p.a. im Durchschnitt	Kaufsummenanteil p.a. im Durchschnitt	Kaufsumme in € pro Transaktion
Österreicher	33.233.760	32,3	89,45 %	1.027.848
Ausländer ges.	3.918.956	5,3	10,55 %	734.804
Deutsche	1.917.490	2,3	5,16 %	821.781
Engländer	773.333	0,7	2,08 %	1.160.000
Zyprioten	500.000	0,3	1,35 %	1.500.000

Tabelle 4: Die wichtigsten Käufernationen im Salzkammergut – Österreicher, Ausländer und davon die Top 3 Nationen

3.5. Arlberg

Der Arlberg ist ein weiteres Zielgebiet von Luxusimmobilien und wird nun im Detail betrachtet. Die Ergebnisse der qualitativen Analyse finden sich im ersten Kapitel und jene der quantitativen Analyse im zweiten Kapitel.

3.5.1. Qualitative Analyse für den Arlberg⁷

Betreffend den Arlberg wurde ein im Luxussegment tätiges Immobilienunternehmen mit Sitz in St. Anton befragt. Die Ergebnisse lauten wie folgt:

1. *Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen und zwar nach Art, Größe, Lage, Ausstattung, Preis und markanten Eigenschaften?*

⁷ Da am Arlberg ein Unternehmen befragt wurde, findet sich der Text des Interviews auf den nächsten Seiten. Das Gespräch wurde mit dem Eigentümerin am 5.12.2011 persönlich geführt.

Am Arlberg werden als Luxusimmobilien vor allem Chalets und Wohnungen (Penthouses und Maisonnetten) gekauft.

Bei beiden Objektarten beginnt der Luxus ab einer Größe von 150 m².

Der Tourismus am Arlberg spielt sich einerseits in St. Anton, St. Christoph und Stuben und andererseits in Lech (mit seinen Ortsteilen Oberlech, Stubenbach, Zug) und Zürs ab. In diesen Gebieten sind Luxusimmobilien gefragt, allerdings ist die Verfügbarkeit von Grundstücken und somit die Bauträgertätigkeit nur in St. Anton nennenswert groß.

Bei der Ausstattung wird ganz auf das internationale Niveau gesetzt. Die Anzahl der Bäder und Toiletten entspricht der Anzahl der Schlafzimmer. Wellnessbereiche, Garagen und Lift werden vorausgesetzt. Catering und Shuttle Service sind am Arlberg ebenfalls erwünscht.

Die Preise bewegen sich zwischen 7.000 bis 10.000,-€/m² für ein Chalet oder Wohnung in Lech/Zürs und etwa 5.000 bis 7.000,-€/m² in St. Anton. Somit beginnt am Arlberg der Luxus ab etwa 750.000,-€ Eine 180 m² Wohnung kostet beispielsweise etwa 2 Mio €

Markante Eigenschaften von Luxusobjekten am Arlberg sind wohl die hervorragende Lage in einem weltberühmten und hochqualitativen Skigebiet – der Wiege des alpinen Skilaufes. Alle Objekte haben einen Traumblick in eine prachtvolle Berglandschaft.

***2. Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an?
Und wo?***

In eben diesem Segment ist die befragte Kanzlei tätig und vermittelt die meisten Immobilien in St. Anton selbst, aber auch etwa 2 bis 3 Objekte pro Jahr in Lech und Zürs sowie in Ischgl.

3. Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Luxusimmobilien tragen von Jahr zu Jahr zwischen 25 und 50 % schwankend zum Umsatz des Unternehmens bei.

4. Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

Etwa 1/3 der Käufer sind Inländer und die Wünsche decken sich mit jenen der ausländischen Kunden.

5. Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Die etwa 2/3 ausländischen Käufer suchen die für diese Region typischen Chalets und Wohnungen.

6. Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Die meisten internationalen Kunden kommen aus englischsprachigen Ländern, wie England, Irland, Schottland und den USA, es folgen die neuen EU-Länder aus dem Osten und es gibt eine geringe Anzahl von Deutschen, Italienern und Schweden, die Luxusimmobilien am Arlberg über dieses Unternehmen kaufen.

7. Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Die Käufer fahren zumeist schon seit 15 bis 20 Jahren auf den Arlberg auf Skiurlaub. Die Menschen schätzen die Schneesicherheit und das spezielle Ambiente dieser Bergregion.

8. Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

Ein Haus um 6 Mio € an einen EU-Bürger russischer Abstammung.

9. Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Ein Käufer hatte einen Käufer empfohlen.

10. Welche Aktivitäten (Kontakte, Print, Internet, Direct Mails, Sonstige) setzen Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Das Unternehmen lebt größtenteils von bestehenden Kontakten, die gepflegt und erweitert werden.

Printmedien werden immer wieder gebucht, wie beispielsweise die Zürcher Zeitung, die Financial Times, verschiedene deutsche Medien und vereinzelt paneuropäische Magazine.

Das Internet wird intensiver genutzt – mit der eigenen Website, aber auch Immobilienplattformen. Hiermit sucht das Unternehmen auch den englischsprachigen Markt zu erreichen.

An Stammkunden werden regelmäßig Newsletter versandt.

11. Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Es werden fast ausschließlich länderübergreifende oder internationale Medien belegt und diese in Englisch und Deutsch.

12. Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Es können keine Nationalitäten bezogenen Auffälligkeiten festgestellt werden. Je nach Persönlichkeit und Alter reagieren die Kunden mehr oder weniger auf alle Maßnahmen.

13. Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Das Immobilienunternehmen hat viele Direktkontakte, ist aber auch durchaus gewöhnt von Anwälten und sonstigen Mittelsmännern kontaktiert zu werden.

14. Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Der Kontakt hat zumeist Englisch stattzufinden, aber die internationalen Käufer von Luxusimmobilien am Arlberg scheinen trotz unterschiedlicher Herkunft sonst ähnliche Kommunikationsformen zu schätzen.

15. Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (Hilfestellung bei GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Allen Kunden im Luxussegment werden all jene Dienstleistungen geboten, die Sie jeweils benötigen. Hier reicht die Palette von der Reisebuchung, über die rechtlichen und steuerlichen Beratungen, bis zum Organisieren von Hauspersonal und Skilehrern.

16. Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

Es werden Stiftungen und GmbHs zum Kauf verwendet.

17. Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Alle Käufer versuchen den Kaufpreis zu verhandeln. Ausländische Kunden sind im Allgemeinen aber angenehmer. Die Courtage wird ab und zu hinterfragt, aber prinzipiell 3 % bezahlt.

18. Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich Nationalitäten, Objekten, Medien, Preisen?

Deutsche kaufen in den letzten Jahren weniger. Daher sind erkennbar mehr Osteuropäer (Rumänen, Bulgaren) am Markt. Es ist auch ein Anstieg an Russen unter den Käufern zu bemerken.

In Ermangelung von Chalets werden mehr Wohnungen gekauft.

Es wird tendenziell weniger Printwerbung geschaltet – Magazine überhaupt nur punktuell. Das Internet wird dafür intensiver genutzt.

Die Preise sind in den letzten Jahren moderat gestiegen.

3.5.2. Quantitative Analyse für den Arlberg

Für die quantitative Analyse der Gemeinden am Arlberg wurden die Eingangsdaten der qualitativen Interviews, soweit über das Grundbuch abfragbar, herangezogen.

Die Auswertungen wurden durch das Unternehmen Webservices United, das über die österreichweiten Grundbuchdaten je nach Gebiet seit 2008 elektronisch verfügt, durchgeführt.

Es wurden für den Arlberg alle Transaktionen seit 1.1.2009 bis 1.1.2012 in den Gemeinden St. Anton, St. Christoph, Stuben, Zürs und Lech für Wohnungen und Häuser erhoben. Die Daten wurden für unterschiedliche Fragestellungen zweimal im Zeitraum Jänner bis März abgefragt. Anzumerken ist, dass sich Häuser nicht nach der Nutzung unterscheiden lassen und somit auch Gewerbegebäude inkludiert sein können. Die Einschränkung in die genannten Gemeinden stellt jedoch sicher, dass eine etwaige Verunreinigung der Daten gering ist, da es sich um klassische Wohngegenden handelt.

Eine prinzipielle Abfrage von Quadratmeterpreisen ist auch am Arlberg nicht möglich, da die Nutzflächen nicht durchgängig zur Verfügung stehen und somit die Abweichung zu groß wäre. Ebenso muss angemerkt werden, dass der konkrete Zustand einer Immobilie durch die Abfrage im Grundbuch nicht festgestellt werden kann. So wurde über die Gemeinden und den Kaufpreis der Objekte für die quantitative Analyse die Einschränkung für Luxusimmobilien getroffen. Für die Beantwortung der Fragestellungen und Hypothesen der vorliegenden Arbeit ist dies auch geeignet. Als in jedem Falle ausreichende Definition einer einzelnen Immobilie

als Luxusimmobilie am Arlberg ist dies für darüber hinausgehende Fragestellungen jedoch nicht genügend.

Für die genannten Orte wurden Luxusimmobilien nach folgenden Kaufpreisen eingeschränkt:

- Luxuswohnungen mit einem Kaufpreis von ab 500.000,-€
- Luxushäuser mit einem Kaufpreis von ab 750.000,-€

Es wurden innerhalb des Ergebniszeitraumes am Arlberg

- insgesamt 92 Wohnungen mit einem Transaktionsvolumen von 40.000.000,-€ gekauft, davon 23 Luxuswohnungen mit einem Volumen von 25.000.000,-€ und
- insgesamt 45 Häuser mit einem Transaktionsvolumen von 45.000.000,-€ gekauft, davon 24 Luxushäuser mit einem Volumen von 40.000.000,-€

Somit lässt sich die Aussage treffen, dass das Luxussegment am Arlberg mit 25 % der Wohnungskäufe für 62,5 % des Transaktionsvolumens bei Wohnungen und mit 53,33 % der Häuserkäufe für 88,89 % des Transaktionsvolumens bei Häusern verantwortlich ist.

Zusammengefasst stehen 137 Transaktionen mit 85.000.000,-€ Kaufpreisvolumen 47 Luxustransaktionen mit einem Volumen von 65.000.000,-€ gegenüber. Dies ist ein Verhältnis von 34,31 % der Transaktionen zu 76,47 % des Kaufpreisvolumens für den Arlberg, die aus dem Luxussegment generiert werden.

Analysiert man die Daten einer weiteren Abfrage nach der Provenienz der Käufer am Arlberg so gelangt man zu folgenden Erkenntnissen:

Luxuswohnungen und -häuser wurden im Befragungszeitraum zu 65,9 % von Österreichern, zu 34,09 % von Ausländern gekauft, wobei Österreicher ein Transaktionsvolumen von 74,15 % und Ausländer von 25,85 % bewegt haben. Im Durchschnitt wurden von den Österreichern 1.556.690,-€ und von Ausländern 1.049.129,- € je Luxusimmobilienkauf ausgegeben.

Die ausländischen Luxusimmobilienkäufer am Arlberg kamen im Untersuchungszeitraum aus zumindest 8 Staaten (lt. Grundbuch) und trugen im Verhältnis zum gesamten Luxusimmobilienmarkt wie folgt zu den Transaktionen bei. Ein Ranking nach dem Gesamtvolumen des jeweiligen Landes ist aussagekräftiger, denn eines nach Transaktionshöhe pro Käufer, da es sich bei etlichen um Einzelkäufe handelt:

- Deutsche mit 10,98 % und durchschnittlichen 1.114.435,-€pro Transaktion
- Chinesen mit 4,27 % und durchschnittlichen 1.300.000,-€pro Transaktion
- Schweizer mit 3,50 % und durchschnittlichen 1.065.000,-€pro Transaktion
- Däne mit 2,04 % und 1.240.000,-€bei dieser Transaktion
- Luxemburger mit 1,97 % und 1.200.000,-€bei dieser Transaktion
- Amerikaner mit 1,12 % und 682.320,-€bei dieser Transaktion
- Engländer mit 1 % und 608.000,-€bei dieser Transaktion
- Niederländer mit 0,97 % und 590.000,-€bei dieser Transaktion

Das Ergebnis der quantitativen Analyse für Luxusimmobilienkäufer am Arlberg stellt die Orientierung klar. Die Immobilien gehen von der Anzahl der Transaktionen mit 65,91 % an Österreicher. Inländer geben außerdem pro Immobilie um etwa 32,61 % im Durchschnitt mehr aus, als ausländische Käufer.

42,49 % des ausländischen und 10,98 % des gesamten Transaktionsvolumen bei Luxusimmobilienkäufen am Arlberg wird von Deutschen getätigt. Dass Chinesen mit 16,52 % des ausländischen und mit 4,27 % des gesamten Transaktionsvolumens kaufen ist bemerkenswert. Es treten weitere Nationen als neue Eigentümer in Erscheinung, aber jeweils nur vereinzelt.

Es folgt ein Kurzüberblick der wichtigsten Käufernationen von Luxusimmobilien am Arlberg:

Arlberg Käufernationen	Kaufsummen in € p.a. im Durchschnitt	Transaktionen p.a. im Durchschnitt	Kaufsummenanteil p.a. im Durchschnitt	Kaufsumme in € pro Transaktion
Österreicher	15.084.003	9,7	74,15 %	1.556.690
Ausländer ges.	5.245.643	5	25,85 %	1.049.129
Deutsche	2.228.870	3	10,98 %	1.114.435
Chinesen	866.667	0,7	4,27 %	1.300.000
Schweizer	710.000	0,7	3,50 %	1.065.000

Tabelle 5: Die wichtigsten Käufernationen am Arlberg – Österreicher, Ausländer und davon die Top 3 Nationen

3.6. Wörthersee

Am Wörthersee gibt es eine Ansammlung an Luxusliegenschaften. Daher wird diese Region ebenfalls anhand der qualitativen Analyse im ersten Kapitel und der quantitativen Analyse im zweiten Kapitel untersucht.

3.6.1. Qualitative Analyse für den Wörthersee⁸

Für das Gebiet rund um den beliebten Kärntner See wurde ein in Velden am Wörthersee ansässiges Immobilienunternehmen, das im Luxussegment tätig ist, befragt. Die Ergebnisse lauten wie folgt:

1. Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen und zwar nach Art, Größe, Lage, Ausstattung, Preis und markanten Eigenschaften?

Eine Seeliegenschaft ist die Luxusimmobilie schlechthin! Hier ist die Immobilie an sich sekundär. Von der Wohnung im Neubau über ein Haus bis zur renovierungsbedürftigen (Jugend-)Stilvilla und hin zum Schloss am Wörthersee wird jeder Direktzugang zum Gewässer in Gold aufgewogen. Aber auch Seeresidenzen, Häuser und Villen, die in der zweiten Reihe stehen und der See sichtbar sowie fußläufig erreichbar ist, werden im Luxussegment gehandelt.

Bei Wohnungen sind Größen ab 100 m² und Häuser ab etwa 250 m² dem Luxussegment zuzuordnen, da es sich fast immer um Freizeitimmobilien handelt.

Velden, Pörschach und Krumpendorf am Wörthersee sowie Maria Wörth üben die größte Anziehungskraft auf Luxuskäufer aus. Aber auch Oberdellach, Reifnitz, und Liegenschaften am See in Klagenfurth (Kreuzbergl) beherbergen vereinzelt Luxusimmobilienkäufer.

Die Ausstattung der Immobilie ist von besonderem Belang, wenn diese keinen unmittelbaren Seezugang bietet. In diesem Fall gilt eine Wohnung oder ein Haus nur als Luxusimmobilie, wenn eine großzügige Freifläche mit schönem Blick vorhanden ist, die Qualität des Gebäudes, der verwendeten Materialien und der Verarbeitung erstklassig sind und wenn für allen Komfort vom Raumkonzept über Garagenplätze, bis hin zum Lift und Wellnessbereich gesorgt ist.

Bei etwa 800 m² Grundfläche am Wörthersee ist mit 2 Mio € also 2.500,-€/m² zu rechnen. Ein Haus in der Luxuskategorie beginnt bei 1 Mio € und eine Wohnung bei 700.000,-€ Für die Wohnfläche ist mit ab 5.000 und bis hin zu über 10.000,-€/m² in diesem Segment zu rechnen.

Die markanteste Eigenschaft bei Liegenschaften der Luxuskategorie am Wörthersee ist der Seeblick und idealerweise der Seezugang, der teilweise aus der zweiten Reihe ebenfalls geschaffen wird.

2. Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an? Und wo?

⁸ Da am Wörthersee ein Unternehmen befragt wurde, findet sich der Text des Interviews auf den nächsten Seiten. Das Gespräch wurde mit der Eigentümerin am 24.11.2011 persönlich geführt.

Seewohnungen, Seevillen und Seegrundstücke sind das Hauptgeschäft des Immobilienvermitlers.

Das Unternehmen ist in erster Linie am Wörthersee tätig, vermittelt aber auch Objekte an anderen Kärntner Seen, wie Ossiachersee, Millstätter See und Faaker See.

3. Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Luxusimmobilien tragen aufgrund der hohen Preise etwa 85 % zum Umsatz des Unternehmens bei.

4. Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

Von der Anzahl der Käufer machen Inländer etwa 55 % der Kundschaft aus. Sieht man sich jedoch die Umsätze an, so sind dies nur mehr 40 %.

Es sind somit die in Relation günstigeren Luxusimmobilien, die an Österreicher verkauft werden. So wurden beispielsweise Wohnungsprojekte größtenteils an Inländer vermittelt. 75 % davon waren Vormerkkunden.

5. Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Ausländische Luxuskäufer sind zumeist bereit und in der Lage, mehr Geld für Ihre Ferienimmobilie zu investieren. Demgemäß gibt es Projekte und Objekte, die sich vom Preis her stark an eine internationale Klientel wenden.

6. Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Die größte ausländische Gruppe sind Deutsche, diesen folgen Käufer aus den GUS-Staaten und Italiener.

Die Vorliebe – See, See, See – ist herkunftsunabhängig.

7. Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Die ausländischen Käufer sind oftmals Urlauber, die den See, Land und Leute seit vielen Jahren schätzen. Außerdem ist eine Seeliegenschaft eine wertsichere Investition.

8. Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

In den letzten Jahren konnten Verkäufe in der Dimension 5, 7 und 9 Mio € platziert werden. Die Seeliegenschaft um 9 Mio € ging an einen Deutschen.

9. Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Der Käufer war ein Vormerkkunde.

10. Welche Aktivitäten (Kontakte, Print, Internet, Direct Mails, Sonstige) setzen Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Das Unternehmen hat sich eine gute Position als Vermittler von Seeliegenschaften erarbeitet und daher inzwischen viele Vormerkkunden, die auf das rare Gut warten. Diese Kontakte werden sehr gepflegt.

Zur Pflege der Bekanntheit und für neue Projekte werden österreichische (Krone Immo, Kleine Zeitung, Weekend Magazin etc.) und punktuell deutsche Printmedien gebucht.

Das Unternehmen setzt auf seine Website, die in Deutsch, Englisch und Italienisch zu lesen ist und einige ausgewählte Immobilienplattformen, wie beispielsweise Standard/Immobilien.

11. Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Die Notwendigkeit über Webauftritte hinaus internationale Medien zu buchen, ist angesichts der Tatsache, dass den etwa insgesamt 5.000 Kaufinteressenten (bei allen Maklern) von Seeliegenschaften in Kärnten etwa insgesamt 20 bis 30 Objekte, die jährlich vermittelt werden können, gegenüberstehen, nicht gegeben.

Die Herausforderung in diesem Geschäft liegt somit im Angebot, denn die Nachfrage ist vorhanden.

12. Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Alle Nationalitäten reagieren ähnlich.

13. Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Die Kunden werden mit neuen Objekten direkt kontaktiert und reagieren somit persönlich. Die ursprüngliche Registrierung findet ebenso zumeist persönlich statt.

14. Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Mit Ausnahme der etwaig anderen Sprache ist die Kommunikation gleich.

15. Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (Hilfestellung bei GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Es wird im Luxussegment jede Dienstleistung angeboten, die den erfolgreichen Kauf einer Immobilie erfordert. Diese Services werden je nach Kunden unterschiedlich nachgefragt.

16. Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

Privatimmobilien werden zumeist persönlich gekauft. In anderen Fällen werden Stiftungen und GmbHs verwendet.

17. Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Zu diesem Punkt wurde keine Auskunft erteilt.

18. Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich Nationalitäten, Objekten, Medien, Preisen?

Das Käuferpublikum wird internationaler bei großen Projekten, wie die Parkvillen.

Es werden weiterhin schöne Bauträgerprojekte an Kärntner Seen entstehen.

Das Internet wird im Immobilienbereich immer stärker werden. Print ist eine Begleiterscheinung, die jedoch willkommen ist.

Die Preise haben sich im letzten Jahrzehnt verdoppelt und es ist kein Ende in Sicht.

3.6.2. Quantitative Analyse für den Wörthersee

Für die quantitative Analyse der Gemeinden am Wörthersee wurden die Eingangsdaten der qualitativen Interviews, soweit über das Grundbuch abfragbar, herangezogen.

Die Auswertungen wurden durch das Unternehmen Webservices United, das über die österreichweiten Grundbuchdaten je nach Gebiet seit 2008 elektronisch verfügt, durchgeführt.

Es wurden für den Wörthersee alle Transaktionen seit 1.1.2009 bis 1.1.2012 in den Gemeinden Velden, Pörschach, Krumpendorf und Maria Wörth für Wohnungen und

Häuser erhoben. Die Daten wurden für unterschiedliche Fragestellungen zweimal im Zeitraum Jänner bis März abgefragt. Anzumerken ist, dass sich Häuser nicht nach der Nutzung unterscheiden lassen und somit auch Gewerbegebäude inkludiert sein können. Die Einschränkung in die genannten Gemeinden stellt jedoch sicher, dass eine etwaige Verunreinigung der Daten gering ist, da es sich um klassische Wohngegenden handelt.

Eine prinzipielle Abfrage von Quadratmeterpreisen ist auch am Wörthersee nicht möglich, da die Nutzflächen nicht durchgängig zur Verfügung stehen und somit die Abweichung zu groß wäre. Ebenso muss angemerkt werden, dass der konkrete Zustand einer Immobilie durch die Abfrage im Grundbuch nicht festgestellt werden kann. So wurde über die Gemeinden und den Kaufpreis der Objekte für die quantitative Analyse die Einschränkung für Luxusimmobilien getroffen. Für die Beantwortung der Fragestellungen und Hypothesen der vorliegenden Arbeit ist dies auch geeignet. Als in jedem Falle ausreichende Definition einer einzelnen Immobilie als Luxusimmobilie am Wörthersee ist dies für darüber hinausgehende Fragestellungen jedoch nicht genügend.

Für die genannten Orte wurden Luxusimmobilien nach folgenden Kaufpreisen eingeschränkt:

- Luxuswohnungen mit einem Kaufpreis von ab 500.000,-€
- Luxushäuser mit einem Kaufpreis von ab 1.000.000,-€

Es wurden innerhalb des Ergebniszeitraumes für die Gemeinden am Wörthersee

- insgesamt 417 Wohnungen mit einem Transaktionsvolumen von 107.000.000,-€ gekauft, davon 50 Luxuswohnungen mit einem Volumen von 39.400.000,-€ und
- insgesamt 270 Häuser mit einem Transaktionsvolumen von 150.000.000,-€ gekauft, davon 31 Luxushäuser mit einem Volumen von 93.709.734,-€

Somit lässt sich die Aussage treffen, dass das Luxussegment am Wörthersee mit 11,99 % der Wohnungskäufe für 36,82 % des Transaktionsvolumens bei Wohnungen und mit 11,48 % der Häuserkäufe für 62,47 % des Transaktionsvolumens bei Häusern verantwortlich ist.

Zusammengefasst stehen 687 Transaktionen mit 257.000.000,-€ Kaufpreisvolumen 81 Luxustransaktionen mit einem Volumen von 133.109.734,-€ gegenüber. Dies ist ein Verhältnis von 11,79 % der Transaktionen zu 51,79 % des Kaufpreisvolumens für den Wörthersee, die aus dem Luxussegment generiert werden.

Analysiert man die Daten einer weiteren Abfrage nach der Provenienz der Käufer am Wörthersee so gelangt man zu folgenden Erkenntnissen:

Luxuswohnungen und –häuser wurden im Befragungszeitraum zu 80,60 % von Österreichern und zu 19,4 % von Ausländern gekauft, wobei Österreicher ein Transaktionsvolumen von 85,46 % und Ausländer von 14,54 % bewegt haben. Im Durchschnitt wurden von den Österreichern 2.075.557,-€ und von Ausländern 1.466.482,-€ je Luxusimmobilienkauf ausgegeben.

Die ausländischen Luxusimmobilienkäufer am Wörthersee kamen im Untersuchungszeitraum aus 5 Staaten (lt. Grundbuch) und trugen im Verhältnis zum gesamten Luxusimmobilienmarkt wie folgt zu den Transaktionen bei. Ein Ranking nach dem Gesamtvolumen des jeweiligen Landes ist aussagekräftiger, denn eines nach Transaktionshöhe pro Käufer, da es sich bei etlichen um Einzelkäufe handelt:

- Deutsche mit 7,78 % und durchschnittlichen 1.275.283,-€ pro Transaktion
- Russen mit 3,01 % und durchschnittlichen 1.975.000,-€ pro Transaktion
- Liechtensteiner mit 1,68 % und 2.200.000,-€ bei dieser Transaktion
- Schweizer mit 1,09 % und 1.430.000,-€ bei dieser Transaktion
- Engländer mit 0,98 % und 1.282.000,-€ bei dieser Transaktion

Das Ergebnis der quantitativen Analyse für Luxusimmobilienkäufer am Wörthersee lässt einen deutlichen Schluss zu. Es gehen die Immobilien von der Anzahl der Transaktionen zu 80,60 % an Österreicher. Inländer geben außerdem pro Immobilie um etwa 29,35 % im Durchschnitt mehr aus, als ausländische Käufer. 85,46 % der Luxustransaktionssummen generieren Österreicher und 14,54 % Ausländer.

53,52 % des ausländischen und 7,78 % des gesamten Transaktionsvolumen bei Luxusimmobilienkäufen am Wörthersee werden von Deutschen getätigt. Es treten andere Nationen vereinzelt als neue Eigentümer in Erscheinung.

Es folgt ein Kurzüberblick der wichtigsten Käufernationen von Luxusimmobilien am Wörthersee:

Arlberg Käufernationen	Kaufsummen in € p.a. im Durchschnitt	Transaktionen p.a. im Durchschnitt	Kaufsummenanteil p.a. im Durchschnitt	Kaufsumme in € pro Transaktion
Österreicher	37.360.022	18	85,46 %	2.075.557
Ausländer ges.	6.354.955	4,3	14,54 %	1.466.482
Deutsche	2.228.870	2,7	7,78 %	1.275.283
Russen	1.316.667	0,7	3,01 %	1.975.000
Liechtensteiner	733.333	0,3	1,68 %	2.200.000

Tabelle 6: Die wichtigsten Käufernationen am Wörthersee – Österreicher, Ausländer und davon die Top 3 Nationen

4. Die Ergebnisse der Arbeit

In diesem Kapitel werden die eingangs formulierten fünf Kernfragen für Luxusimmobilien in Österreich nach den Erkenntnissen der Recherchen, der qualitativen und quantitativen Analysen beantwortet, die da sind:

- Was ist eine Luxusimmobilie?
- Wo finde ich Luxusimmobilien in Österreich?
- Welches Transaktionsvolumen wird bei Luxusimmobilien in Österreich bewegt?
- Wer sind die Käufer von Luxusimmobilien in Österreich?
- Welchen Anteil am Volumen haben ausländische Käufer?

4.1. Was ist eine Luxusimmobilie?

Um die erste Kernfrage der Arbeit - *was ist eine Luxusimmobilie* - zu beantworten, gilt es nun den Begriff der Luxusimmobilie einzugrenzen und infolge zu definieren. Gegenüber der Eingrenzung auf das Umfeld und den Preis für die Abfrage der Grundbuchdaten in der quantitativen Analyse handelt es sich jetzt um eine detaillierte Auseinandersetzung mit der Luxusimmobilie im Eigentlichen.

Es spiegelt sich einerseits im Fehlen einer Definition in der österreichischen Fachliteratur⁹ und den deutschsprachigen Immobilienglossaren¹⁰ wieder, dass dieses Wort nicht als Fachbegriff gesehen wird. Andererseits findet sich dieser Ausdruck in jeder Munde, auf allen Websites und in allen Druckwerken, die sich dem Kauf und Verkauf von Luxusimmobilien widmen. Auch die Bewertungsliteratur¹¹ verwendet diesen Begriff - ohne ihn näher zu beschreiben.

Festgehalten werden muss, dass es sich hier nicht um einen philosophischen Zugang handelt, bei dem die Diskussion geführt werden müsste, was Luxus überhaupt ist und welche Immobilie individuell als Luxus gesehen werden kann. Diese durchaus berechnete Auseinandersetzung würde dazu führen, keine sinnvolle Unterscheidung für die Fragestellungen dieser Arbeit treffen zu können, da für manche Menschen bereits ein Dach über dem Kopf zu haben höchster Luxus ist. Und somit in Konsequenz jede Immobilie eine Luxusimmobilie wäre.

Um eine präzise Eingrenzung dieses Segmentes der Immobilienwirtschaft, das hier behandelt wird, vorzunehmen, folgt eine Ableitung vom Allgemeinen ins Spezielle.

⁹ vgl. Funk (Hrsg.), Immobilienlexikon Österreich, ÖVI, 2003

¹⁰ vgl. Pfeiffer, Immobilienwirtschaftliches Glossar, www.stalys.de/data/immobilienwirtschaftsglossar.htm, 25.02.2012

¹¹ vgl. Bienert/Funk (HRSG.), Immobilienbewertung Österreich, 2. Auflage, Stand September 2009, S 160 und S 271

Die Immobilienwirtschaft¹² kennt bebaute und unbebaute Grundstücke und auf bebauten Grundstücken im Wesentlichen nach der Nutzung fünf Immobilienarten:

- Wohnimmobilien
- Gewerbeimmobilien
- Industrieimmobilien
- Landwirtschaftsimmobilien
- Sonderimmobilien (u. a. Infrastrukturimmobilien)

Wohnimmobilien können nach deren Vertragsverhältnis¹³ als Miet- oder als Eigentumsobjekt weiter unterschieden werden.

Im Rahmen dieser Arbeit sind Wohnimmobilien im Eigentum von Interesse, wengleich Luxusimmobilien natürlich auch vermietet werden.

Wohnimmobilien im Eigentum können nach der Objektart folgendermaßen weiter unterschieden werden:

- Wohnung
- Haus (freistehende, gekoppelte, geschlossene Bauweise)
- Sonderwohnimmobilien (u.a. Burg, Mühle)

Es lassen sich die meisten Gebäude (je nach erfolgten stilgerechten Sanierungen) darüber hinaus (u.a. nach dem Baujahr) folgenden Baustilen¹⁴ in Österreich zuordnen:

- Romanik (ca. 1000 bis 1250 n. Chr.)
- Gotik (ca. 1250 bis 1530)
- Renaissance (ca. 16. Jhd)
- Barock (ca. 1620 bis 1770)
- Klassizismus (ca. 1770 bis 1830)
- Historismus (ca. 1830 bis 1890) – umgangssprachlich Gründerzeitstil
- Jugendstil – beginnende Moderne (ca. 1890 bis 1910)
- Klassische Moderne (ab 1910 bis heute), deren technische Grundlage die erstmalige Verwendung von Stahl, Glas und bewehrtem Beton ist, drückt sich in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts in den Stilrichtungen
 - Expressionismus
 - Bauhaus
 - Neues Bauen
 - Neue Sachlichkeit
 - Internationaler Stil

¹² vgl. Walzel, Unterscheidung nach Immobilienarten, in Schulte, Immobilienökonomie, 2008, Band 1, S 119

¹³ vgl. Bosak/Kaufmann, Immobilienmarketing, 2010, S 34

¹⁴ vgl. <http://schulen.eduhi.at/vitalhs/lernen/history/baustile>

- Traditionalismus
- Organische Architektur und
- Funktionalismus aus und

ab der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts - zusammengefasst als zeitgenössische Architektur und unterschieden nach eher formalen, denn örtlichen oder zeitlichen Kriterien - in den Stilen

- Brutalismus (Nachkriegsarchitektur)
- Strukturalismus (Nachkriegsarchitektur)
- Kritischer Regionalismus
- Postmoderne Architektur
- Dekonstruktivismus
- Minimalismus
- Ökologisches Bauen und
- Blob-Architektur.

Luxusimmobilien sind prinzipiell in allen drei Objektarten und theoretisch in allen Baujahren und –stilen anzutreffen. Beim Alter und Architekturstil der Gebäude gibt es jedoch herausragende Tendenzen bei Luxusimmobilien. Einerseits erfreuen sich historische Altbauten (Gründerzeit- und regionale Traditionsarchitektur) großer Beliebtheit und andererseits werden die Vorteile der zeitgenössischen Architektur (in unterschiedlichen Stilausprägungen) sehr geschätzt. Denn das in der Gründerzeit reich gewordene Bürgertum mit einem hohen Maß an Repräsentationsbedürfnis hat in der Stadt und ausgewählten Orten am Lande prachtvolle Bauten hervorgebracht, die sich sowohl als Villen als auch in der Form stilvoller Altbauwohnungen großer Beliebtheit quer durch Österreich erfreuen. Ein Neubau setzt einen ebenso begehrten Kontrapunkt, wobei je nach Geschmack und Region von neoklassizistisch, neotraditionell bis minimalistisch alle Stilrichtungen vorkommen können.

Alte Neubauten ohne stilistisch wertvolle Architektur werden von Käufern ausgesprochen luxuriöser Immobilien am wenigsten gesucht. Solche Liegenschaften werden jedoch - bei sehr nachgefragten und raren sonstigen Vorzügen - als Basis zur Verwandlung in eine Luxusimmobilie verwendet, wobei der Umbau zumeist einem Neubau gleichkommt.

Auf dem Wege zur feineren *Segmentierung von Wohnimmobilien* wird hier von folgendem groben Schema bei der Zuordnung der Objektarten ausgegangen:

Der breite Durchschnitt ist die durch den jüngeren sozialen Wohnbau, Altbauwohnungen in durchschnittlichen Zinshäusern und Lagen, einfache Reihen-, Fertigteil- und Einfamilienhäuser sowie kleinere Bauernhöfe vertretene Basis.

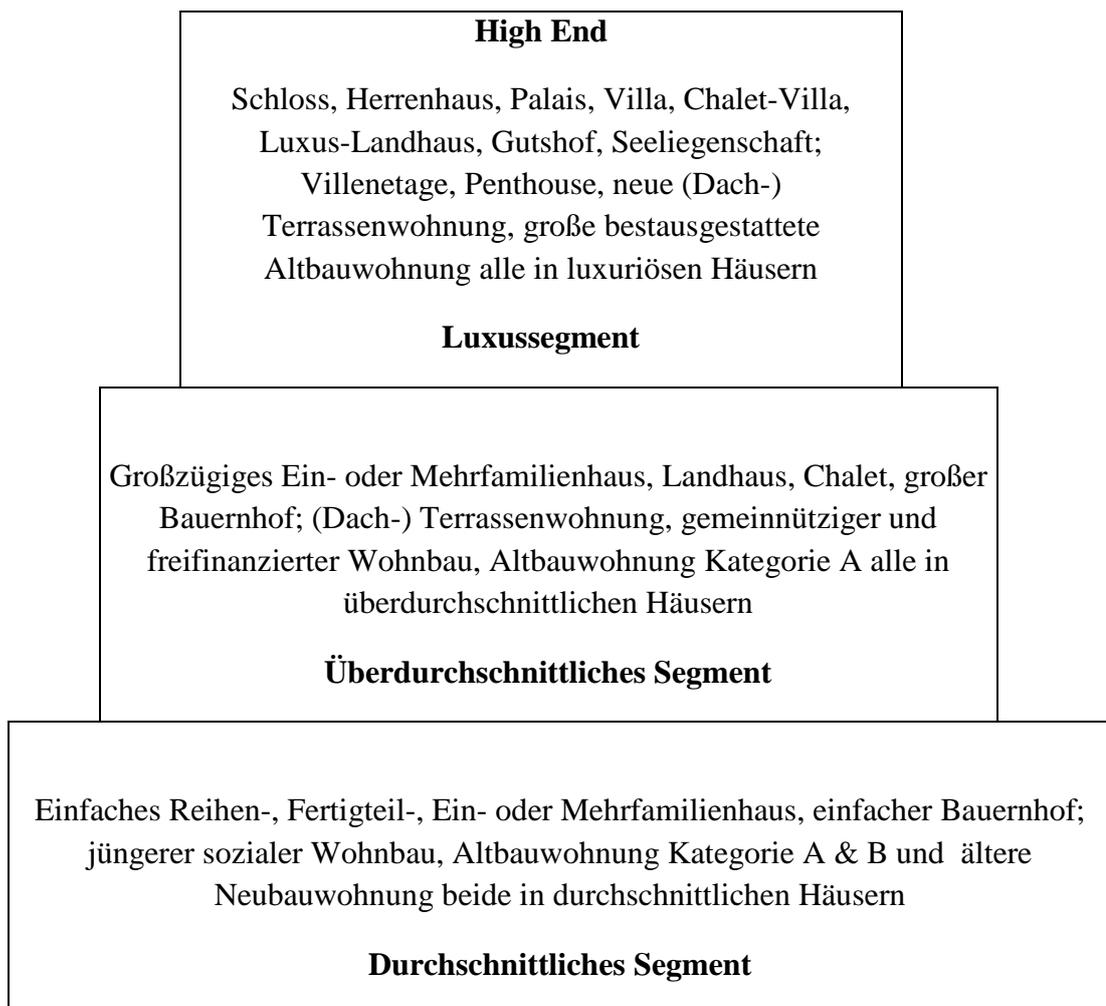
Der gemeinnützige und freifinanzierte Wohnbau, (Dach-)Terrassenwohnungen und Altbauwohnungen in überdurchschnittlichen Häusern und Lagen und großzügige

Ein- und Mehrfamilienhäuser, Landhäuser und größere Bauernhäuser repräsentieren das überdurchschnittliche Segment.

Das unterdurchschnittliche Segment wird in Österreich durch den älteren sozialen Wohnbau, Altbauwohnungen der Kategorie C oder D, ältere Neubauwohnungen alle in Häusern in unterdurchschnittlichem Zustand und Lagen beschreibbar.

Schlösser, Herrenhäuser, Palais, Villen, Chalet-Villen, Luxus-Landhäuser, Gutshöfe, Seeliegenschaften, Villenetagen, Penthouses, (Dach-)Terrassenwohnungen in schönen generalsanierten oder neuen luxuriösen Häusern und große bestausgestattete Altbauwohnungen in generalsanierten schönen Jahrhundertwendebauten mit stark gegliederten Fassaden zählen zum Luxussegment.

Alle Segmente zeichnen sich durch eine Bandbreite aus, die an den Übergängen ineinander verschwimmen. Beispielhaft dafür ist der jüngere soziale Wohnbau, der in Österreich eine teilweise überdurchschnittliche Qualität bietet oder eine sehr renovierungsbedürftige Villa, die den Luxus im aktuellen Zustand noch vermissen lässt.



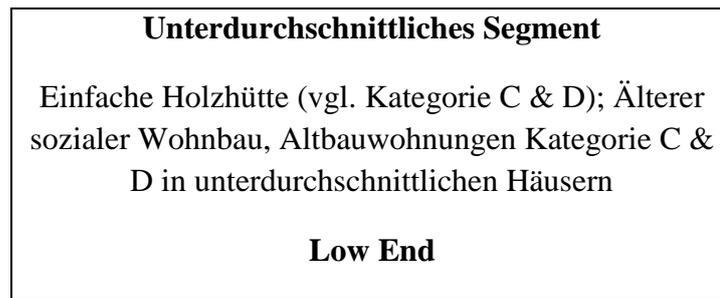


Abbildung 1 – Grobes Schema der Wohnimmobiliensegmente nach Objekten

Um nun einen allgemeingültigen Kriterienkatalog zu entwickeln, der eine möglichst genaue Zuordnung einzelner Objekte zu den dargestellten Segmenten erlaubt, ist es notwendig, eine Reihe von Einzelkriterien nach deren Eignung als Erkennungsmerkmal einer Luxusimmobilie zu beleuchten.

Bei der Nachfrage nach Wohnimmobilien ist die Standortqualität sehr entscheidend. Die Lage innerhalb einer Region, einer Stadt, das unmittelbare Umfeld, die Anbindung an den Individual- und öffentlichen Verkehr, das Vorhandensein von Einkaufsmöglichkeiten, Schulen, die Erreichbarkeit von Arbeitsplätzen und die Erreichbarkeit von Freizeiteinrichtungen ist ausschlaggebend für die Attraktivität.

Je nachdem, ob es sich um einen Haupt-, Zweit- oder multiplen Wohnsitz handelt und ob die Immobilie als reines Freizeitrefugium genutzt wird, reiht sich der Kriterienkatalog anders. Die sonnige Lage, der traumhafte Ausblick, die Nähe zu den Skiliften, der direkte Seezugang, der leicht erreichbare Golfplatz, die Ruhe, die gute Erreichbarkeit mit dem Flugzeug und dem PKW sind bei Ferienimmobilien im Fokus.

In Österreich haben sich größere Agglomerationen von Luxusimmobilien in folgenden Regionen entwickelt:

- Wien – Bezirke 1 bis 9, 13, 18 und 19
- Salzburg Stadt
- Salzkammergut
- Kitzbühel und Umgebung
- Arlberg
- Wörthersee

Innerhalb dieser Regionen entscheidet das unmittelbare Umfeld, der Ausblick, die Ausrichtung, die Topographie und die Infrastruktur - in Anlehnung an den Einzelhandel - über 1a, 1b oder schlechtere Lagen. So ist ein Grundstück direkt am See als Bestlage (1a) und eines jenseits der dahinter liegenden Straße als 1b-Lage zu betrachten.

Eine Wohnimmobilie in Bestlage ist nicht automatisch eine Luxusimmobilie, wie eine finstere und feuchte Erdgeschoßwohnung im Stadtzentrum wohl nachvollziehbar macht. Umgekehrt ist eine Luxusimmobilie aber durchaus auch an wenig nachgefragten Standorten vorzufinden, wie dies beispielsweise bei Schlössern und Herrenhäusern regelmäßig der Fall ist.

Dennoch gibt es eine sehr eindeutige Tendenz, Luxusobjekte in Toplagen vorzufinden. Dies vor allem, weil die meisten Eigentümer von Luxusimmobilien, die idealen Bedingungen dieser Lagen schätzen, die Nachbarschaft von Gleichgesinnten suchen, bereit sind für diese Exklusivität überproportional zu bezahlen und das sehr hohe Investment in eine Luxusimmobilie nur in einer Toplage als gesichert erachten.

Handelt es sich beim Grundstück um eine absolute Rarität, die sich sehr großer Beliebtheit erfreut, so kann eine Liegenschaft bereits durch Ihre außergewöhnlich schöne Lage und Einzigartigkeit an sich Luxus darstellen. Dies ungeachtet der Qualität des Gebäudes, wenn eine geeignete Widmung als Bauland vorhanden ist. Hier seien insbesondere Seeliegenschaften oder Liegenschaften mit prachtvollen Ausblicken über eine Stadt oder einen Landstrich erwähnt.

Bei gleicher Qualität der Immobilie entscheidet die Lage über den Preis und über die Wiederverwertbarkeit. Die Lage ist bei einer Liegenschaft somit ein starker Indikator für Luxus und wertet die Gesamtliegenschaft auf. So werden beispielsweise nur überdurchschnittliche Gebäude in Toplagen bereits als Luxusimmobilien gehandelt. Demgegenüber kann man in weniger nachgefragten Lagen oftmals sehr luxuriöse Immobilien zu entsprechend attraktiven Preisen kaufen.

So werden in der Wiener Innenstadt laut Immobilienpreisspiegel 2011¹⁵ für eine Wohnung mit sehr gutem Wohnwert durchschnittlich 8.600,-€/m² verrechnet, wohingegen eine ebensolche Wohnung im 10., 11., 15., 16., 17., 20., 21., 22. und 23. Bezirk zwischen 2.500,-€ und 3.200,-€/m² im Durchschnitt kostet. Demgegenüber verliert eine Wohnung mit mittlerem Wohnwert in der Innenstadt nur auf 4.500,-€/m² an Wert. *Die Lage zählt somit mehr als die Qualität des Objektes.*

Die Kombination aus Top-Lage und Luxusobjekt, das allen Kriterien eines solchen genügt, erzeugt eine High End-Immobilie, die aktuell mit rund 20.000,-€/m² in der Wiener Innenstadt in Bestlagen gehandelt wird.

Nachdem die Lage das den Verkaufspreis am stärksten treibende Kriterium ist, wurden im Rahmen dieser Arbeit Luxusimmobilien insbesondere in den genannten Luxusagglomerationen untersucht.

Bei Wohnungen im Luxussegment gibt es bei der Lage innerhalb des Hauses zwar eindeutige Neigungen hin zum Dach, jedenfalls zu den hellen oberen Etagen und auch zur Bel Etage. Gartenwohnungen im Erdgeschoß setzten hier aber einen

¹⁵ Immobilien-Preisspiegel 2011, Wirtschaftskammer Österreich, S 189

Kontrapunkt, sodass sich dieses Kriterium zur Unterscheidung zwischen Luxus und Durchschnitt nicht als durchgängig anwendbar erweist.

Die Belichtungsverhältnisse und somit die Ausrichtung des Objektes spielen bei der Beurteilung einer idealen Immobilie generell eine große Rolle. Prinzipiell wird eine südliche Orientierung bevorzugt. Eine Ausrichtung der Wohnräume und Terrassen nach Westen und der Schlafräume nach Osten, ist für viele Interessenten ebenfalls eine begehrte Situation. Die Helligkeit entscheidet prinzipiell über die leichtere oder schwierigere Verkäuflichkeit einer Immobilie und hat somit Einfluss auf den Verkaufspreis. Es ist aber kein durchgängiges Merkmal für Luxus, da beispielsweise bei historischen Gebäuden, wie prachtvollen Innenstadtpalais, andere Kriterien beim Bau Vorrang hatten und nach wie vor bei der Nutzung haben.

Die absolute Größe eines Hauses oder einer Wohnung ist direkt proportional zu deren Kaufpreis, da dieser nach €/m² Wohnfläche veranschlagt wird. Durchsetzbare Flächenpreise von plus 50% gegenüber dem Durchschnitt der Region sind als Indiz für Luxus zu bezeichnen. Die gesuchte luxuriöse Größe eines Objektes ist einerseits auch von der Nutzung als Wohnsitz oder Freizeitimmobilie abhängig. Die Theaterwohnung in der Wiener oder Salzburger Innenstadt, das Sommerhaus am See oder das Skidomizil in Kitzbühel oder am Arlberg kommen auch im Luxussegment mit weniger Raum aus. Andererseits ist auch die Anzahl der Personen, die ständig oder als Gäste in einer Immobilie leben und wohnen sollen, im Verhältnis zu sehen.

Wirft man einen Blick auf das gängige Raumkonzept einer durchschnittlichen Familienwohnung mit zwei Kindern, so stellt man fest, dass zwei bis drei Schlafzimmer, ein Wohn- und Essbereich mit Küche, ein Bad, ein Abstellraum und eine Toilette eingeplant sind.

Vergleicht man dieses Raumkonzept nun mit jenem einer Luxuswohnung für vier Personen nach internationalem Standard, so ist zu erkennen, dass sich die Anzahl der dienenden Räume stark erhöht hat. Jedem Schlafzimmer ist - gemäß einer Hotelsuite - ein Bad, eine Toilette, ein Schrankraum und eventuell ein Vorraum zugeordnet. Oftmals wird die Küche im Luxussegment getrennt oder zumindest abtrennbar gewünscht, um von etwaigem Catering oder Personal ungestört wohnen zu können. Wirtschaftsräume, in denen unbemerkt die Wäsche versorgt werden kann, ein Büro und ein Gäste-/Personalzimmer werden benötigt. Das Masterbad wird zumeist mit Sauna und/oder Dampfbad zu einer Wellnessoase ausgebaut gewünscht.

Darüber hinaus werden die einzelnen Aufenthaltsräume großzügiger bemessen. Wohnbereiche im Luxussegment bewegen sich zwischen 50 und 100 m², wohingegen Wohn/Esszimmer mit Küche im durchschnittlichen und überdurchschnittlichen Segment zwischen 20 und 50 m² liegen.

Die im Luxussegment gewünschte Großzügigkeit drückt sich auch in der Kubatur aus. Durchschnittliche 2,5 m Raumhöhe sind in Luxushäusern und -wohnungen

gemeinhin nicht anzutreffen. Erst Raumhöhen von ab 2,7 m werden als gehobenes Wohnen empfunden. Die Raumhöhen von 3,2 bis 3,5 m der Wiener Zinshäuser bieten hier eine außergewöhnliche Qualität. Daher sind große Altbauwohnungen, so andere ausschlaggebende Kriterien (wie generalsaniertes Gründerzeithaus mit stark gegliederter Fassade und Bestausstattung) ebenfalls zutreffen, speziell in Wien als Luxusobjekte einzuordnen.

Die als Luxus empfundene Großzügigkeit wird weiters von der Fläche eines Grundstückes verlangt, das erst ab 1.500 m² einen geringeren Bebauungsgrad, mehr Abstand zu den Nachbarobjekten und somit mehr Privatheit zulässt.

Baumaterialien sind heutzutage als Unterscheidungskriterium allein nicht geeignet, da auch Industriematerialien durch intelligente Planung und hervorragende Verarbeitung eine Luxusimmobilie als solche imposant präsentieren können.

Von Gebäuden im Luxussegment wird ein optisches Statement erwartet, wie

- beeindruckend
- repräsentativ
- außergewöhnlich
- edel
- schön

Der Immobilienfachmann, der Bewohner oder der Besucher soll an einer Luxusimmobilie deren Besonderheit und schließlich Erhabenheit gegenüber dem durchschnittlichen und auch überdurchschnittlichem Immobilienangebot sehen und erleben. Selbstverständlich ließe sich hier eine Diskussion über obige Eigenschaften führen. Ähnlich einer Miss World Wahl, wird man aber zu der Erkenntnis gelangen, dass es ein breites ähnliches Empfinden oder zumindest Verständnis (ungeachtet der Stilrichtungen) rund um den Globus für diese Zuschreibungen gibt.

Diese Anmutungen werden gemeinhin durch die im groben Schema der Immobiliensegmente erwähnten Objektarten geboten: Schloss, Herrenhaus, Palais, Villa, Chalet-Villa, Luxus-Landhaus, Seeliegenschaft; sowie Villenetape, Penthouse, neue (Dach-) Terrassenwohnung, große bestausgestattete Altbauwohnung und alle Wohnungen in luxuriösen neuen oder generalsanierten schönen historischen Häusern gelegen.

Die Gebäudesubstanz und der aktuelle Zustand sind den Preis regulierende Kriterien bei einer historischen Luxusimmobilie, die sanierungsbedürftig auf den Markt kommt. Bei einer komplett sanierten historischen Immobilie wird die originalgetreue Rekonstruktion der typischen Stilelemente und der möglichst schonende Einbau der technischen Einrichtungen vorausgesetzt und als Luxusinsignien erachtet.

Bei einer renovierten oder neuen Luxusimmobilie sind die allen Komfort bietende technische Ausstattung (von der Klimatisierung, über die Sicherheitstechnik bis zum

Lift), die Verwendung hochqualitativer Materialien bei der Innenausstattung (von edlem Holz, über Leder, bis zum Stein) sowie renommierte Markenprodukte für Küche bis Bad und jedenfalls die hervorragende Verarbeitung für Käufer im Luxussegment unabdingbar und somit Luxusmerkmale.

Schließlich sind schöne Ausblicke, die eine Immobilie über eine Stadt, einen See oder einen Landstrich bietet, stark nachgefragt und im Einzelfall auch ausschlaggebendes Kriterium für einen Kauf. Dies gilt jedoch nicht nur für das Luxussegment und ist nicht immer Beschreibungsmerkmal einer Luxusimmobilie.

Nebst den Ausblicken wünschen sich Immobilienkäufer möglichst keine Einblicke und dies insbesondere im Luxussegment. Aber auch dieses Kriterium ist kein durchgängiges Merkmal, sondern wird im Einzelfall zusätzlich geschätzt.

Obige Ausführungen zusammenfassend können nun als Kriterien, die einer Immobilie Luxus zuschreiben, folgende genannt werden:

- Lage (als Alleinstellungsmerkmal)
- Objektart/Anmutung des Objektes (im Sinne eines Allgemeinverständnis von Luxus)
- Größe der Wohnfläche (absolut und relativ zur Nutzung sowie zur Anzahl der Bewohner)
- Größe des Grundstückes (absolut und relativ zur Bebauung)
- Raumhöhe (absolut und nach oben offen)
- Preis (absolut und in Relation zum Durchschnitt)
- Ausstattung (technisch und qualitativ)

Weiters konnten folgende Kriterien herausgearbeitet werden, die in Kombination mit obigen Merkmalen den Preis erhöhen oder senken, aber Luxus per se nicht erzeugen:

- Lage (als Kombinationsmerkmal)
- Ausrichtung des Objektes
- Belichtungssituation
- Lage der Wohnung innerhalb eines Objektes
- Ausblicke
- Einblicke

Die oben herausgefilterten Kriterien, die einer Immobilie Luxus zuschreiben können, wurden nun inhaltlich in 5 Gruppen zusammengefasst und für die 4 Wohnimmobiliensegmente dekliniert. Anhand dieses Überblickes kann nun eine Zuordnung eines konkreten Objektes zu einem Segment erfolgen, die da sind unterdurchschnittliches, durchschnittliches, überdurchschnittliches und Luxus-Wohnsegment.

Lage	Objektart/ Anmutung	Größe/Höhe/ Bebauung	Preis absolut/relativ	Ausstattung
<p>Stark nachgefragtes Alleinstellungsmerkmal = Luxusliegenschaft</p> <p>Ist die Lage sehr gut, aber kein Alleinstellungsmerkmal, wirkt sich deren Güte nur in Kombination mit den anderen Merkmalen darauf aus, ob eine Immobilie als Luxusimmobilie zu bezeichnen ist.</p> <p>Derartige Bestlagen finden sich in Österreich vor allem in Wien (Bezirke 1-9, 13, 18, 19), in Salzburg Stadt, im Salzkammergut, in Kitzbühel und Umgebung, am Arlberg und am Wörthersee.</p>	Luxus Wohnsegment			
	<p>Schloss, Herrenhaus, Palais, Villa, Chalet-Villa, Luxus-Landhaus, Gutshof</p> <p>Villenetage, Penthouse, neue (Dach) Terrassenwohnung, große bestausgestattete Altbauwohnung – alle Wohnungen in luxuriösen Häusern</p> <p>Anmutung: beeindruckend repräsentativ außergewöhnlich edel schön</p>	<p>Grundstück ab 1.500 m²</p> <p>Wohnfläche Villa ab 300 m²</p> <p>Wohnfläche Wohnung ab 200 m²</p> <p>Freizeitwohnsitz ab 100 m²</p> <p>Wohnbereich mit 50 bis 100 m²</p> <p>Raumhöhe ab 2,70 m</p> <p>Bebauungsgrad: 1:>2</p>	<p>Wien: Haus ab 2 Mio € Whg ab 500.000 €</p> <p>Kitzbühel: Haus ab 2,5 Mio € Whg ab 500.000 €</p> <p>SBG: Haus ab 1 Mio € Whg ab 500.000 €</p> <p>Salzkammergut: Haus ab 750.000 € Whg ab 300.000 €</p> <p>Arlberg: Haus ab 750.000 € Whg ab 500.000 €</p> <p>Wörthersee: Haus ab 1 Mio € Whg ab 500.000 €</p> <p>Preis pro m² ab +50% über dem regionalen Durchschnittspreis</p>	<p>Klimatisierung</p> <p>Sicherheitstechnik</p> <p>Lift (bei High End Wohnungen mit Wohnungsfahrt)</p> <p>Große Garage mit Direktzugang</p> <p>Möglichst ein Bad & WC pro Schlafzimmer</p> <p>Wellnessbereich mit Sauna/Dampfbad/Pool (bei Winterdomizilen unverzichtbar, bei Sommerdomizilen verzichtbar)</p>
Überdurchschnittliches Wohnsegment				
	<p>Großzügiges Ein-/Mehrfamilienhaus, Landhaus, Chalet, großer Bauernhof</p> <p>(Dach-) Terrassenwohnung,</p>	<p>Grundstück ab 1.000 m²</p> <p>Wohnfläche Einfamilienhaus ab 250 m²</p> <p>Wohnbereich mit 30-50 m²</p>	<p>Österreichweit</p> <p>Preis pro m² ab +25% über örtlichem Durchschnittspreis</p>	<p>Klimatisierung</p> <p>Lift</p> <p>Garage</p> <p>Etwa ein Bad & WC pro zwei Schlafzimmer</p>

<p>Die Lage wirkt sich starkend oder schwächend auf die Zuordnung der Immobilie zu einem Segment aus. Sodass im Extremfall aus der einfachen Holzhütte in prominenter Lage am See eine Luxusliegenschaft wird. Oder eine Gründerzeitvilla, die über die Jahre von Hochhäusern und einem Gewerbepark umringt des Luxusstatus verlustig geht.</p> <p>Eine Top-Lage macht eine Top-Liegenschaft zum High End Luxusobjekt!</p>	<p>gemeinnütziger/freifinanzierter Wohnbau, Altbauwohnung Kat A in überdurchschnittlichen Häusern</p>	<p>Raumhöhe ab 2,5 m</p> <p>Bebauungsgrad: 1: 1</p>		
	Durchschnittliches Wohnsegment			
	<p>Einfaches Reihen-, Fertigteil-, Ein-/Mehrfamilienhaus, einfacher Bauernhof</p> <p>Jüngerer sozialer Wohnbau, Altbauwohnung Kat A&B, ältere Neubauwohnung – beide in durchschnittlichen Häusern</p>	<p>Grundstück ab 500 m²</p> <p>Wohnfläche Einfamilienhaus ab 80 m²</p> <p>Wohnbereich ab 20 m²</p> <p>Raumhöhe ab 2,5 m</p> <p>Bebauungsgrad: maximal möglicher</p>	<p>Österreichweit</p> <p>Preis pro m² laut örtlichem Durchschnittspreis</p>	<p>Zentralheizung</p> <p>Ein Bad & WC für die gesamte Wohneinheit</p>
	Unterdurchschnittliches Wohnsegment			
	<p>Einfache Holzhütte</p> <p>Älterer sozialer Wohnbau, Altbauwohnungen Kat C&D in unterdurchschnittlichen Häusern</p>	<p>Ab etwa 30 m² mit einem Wohn-Schlafräum</p>	<p>Österreichweit</p> <p>Preis pro m² unter örtlichem Durchschnittspreis</p>	<p>Ofen</p> <p>Kein WC/Bad</p>

Abbildung 2 – Segmentierung der Wohnimmobilien nach Kriterien

Über obige Hauptkriterien der Segmentierung hinaus wirken sich auf die Nachfrage nach allen Immobilien die Zusatzkriterien Mikrolage (als Kombinationsmerkmal),

Ausrichtung des Objektes und damit verbunden die Belichtung der Wohnräume und Terrassen, sowie die Lage einer Wohnung innerhalb eines Objektes, schöne Ausblicke und möglichst keine Einblicke aus.

Je mehr der Haupt- und der Zusatzkriterien bei einer Luxusimmobilie anzutreffen sind, umso teurer wird diese – insbesondere in Kombination mit einer Toplage.

Die obige Ableitung der für eine Luxusimmobilie in Österreich relevanten Kriterien führt nun zu folgender Definition:

Eine Luxusimmobilie zeichnet sich durch eine beeindruckende, zumeist repräsentative und edle Anmutung aus. Sie bietet außergewöhnlich viel Raum und strahlt in jeder Hinsicht verschwenderische Großzügigkeit und höchsten Komfort aus. Sie ist im Falle einer neuen oder sanierten historischen Immobilie weitestgehend mit Klimatisierung, Sicherheitstechnik, bei mehrgeschossigen Bauten mit Lift und mit Garagen ausgestattet. Die Verwendung qualitativ hochwertiger Materialien und die hervorragende Verarbeitung kann man allerorten sehen und vermitteln Gediegenheit und Nachhaltigkeit. Das Raumkonzept sieht möglichst zu jedem Schlafzimmer ein Bad, ein WC und einen Ankleideraum vor. Sie ist vorwiegend in den gefragtesten Lagen im Umfeld gleichartiger Objekte zu finden oder vor allem bei historischen Gebäuden in ausgewählten Einzellagen. Eine derartige Immobilie ist ein Luxus, den man sich leisten können muss – sie ist in jeder Hinsicht teuer und somit ein Statussymbol.

Abbildung 3: Definition des Begriffes *Luxusimmobilie*

4.2. Wo finde ich Luxusimmobilien in Österreich?

Alle hier angeführten Regionen, Gemeinden und Bezirke haben eine überproportional große Ansammlung von Luxusimmobilien und deren Transaktionen. Diese Aufzählung umfasst die im In- und Ausland begehrtesten Luxuswohngegenden in Österreich und ist nicht taxativ.

Für **Wien** wurden folgende Bezirke und Mikrolagen, die Agglomerationen von Luxusimmobilien aufweisen herausgefiltert:

- 1. Bezirk – Innere Stadt
- 2. Bezirk – Leopoldstadt (Karmeliterviertel, Augartenviertel, der Innenstadt nahe Lagen)
- 3. Bezirk – Landstraße (Botschaftsviertel, Viertel mit Sicht auf den Botanischen Garten, der Innenstadt nahe Lagen)
- 4. Bezirk – Wieden (Viertel bei Karlskirche, Viertel mit Sicht auf das Schloss Belvedere, Innenstadt nahe Lagen)

- 6. Bezirk – Mariahilf (Naschmarktviertel, der Innenstadt nahe Lagen)
- 7. Bezirk - Neubau (Viertel hinter Museumsquartier, der Ringstraße nahe Lagen)
- 8. Bezirk – Josefstadt (Piaristenviertel, der Ringstraße nahe Lagen)
- 9. Bezirk – Alsergrund (der Innenstadt nahe Lagen, Servitenviertel)
- 13. Bezirk – Hietzing
- 16. Bezirk – Ottakring (Wilhelminenberg)
- 17. Bezirk – Hernals (Wilhelminenberg, Pötzleinsdorfer Schlosspark)
- 18. Bezirk - Währing
- 19. Bezirk - Döbling
- Randlagen bei Wien, wie Klosterneuburg, Perchtoldsdorf, und andere

Für **Kitzbühel und Umgebung** können folgende Mikrolagen und Gemeinden aufgezählt werden:

- Sonnberg
- Aurach/Kochau
- Bichlalm
- Nähe Kitzbühler Innenstadt
- Nähe zum Hahnenkamm
- Kitzbühler Horn
- Jochberg
- Lutzenberg
- Lehenberg
- Ellmau
- Going (Wilder Kaiser)
- Kirchberg
- Reith

Die **Stadt Salzburg** bietet in vielen Teilen der Stadt Agglomerationen an Luxusimmobilien und wurde daher zur Gänze betrachtet.

Das **Salzkammergut** über dessen genaue Ausdehnung es zwischen Tourismusmarketing und Ansässigen unterschiedliche Meinungen gibt, bietet rund um folgende Seen eine Reihe von Gemeinden, die sich über viele Luxusimmobilien erfreuen.

Am Wolfgangsee:

- St. Gilgen
- St. Wolfgang
- Strobl

Am Attersee:

- Seewalchen
- Attersee
- Abtsdorf
- Nussdorf
- Stockwinkl
- Schörfling
- Weyregg
- Steinbach
- Weißenbach
- Unterach

Am Mondsee:

- Mondsee

Am Fuschlsee:

- Hof
- Fuschl am See

Am Altaussee:

- Altaussee

Am Grundlsee:

- Grundlsee
- Bad Aussee

Der **Arlberg** beheimatet vielfach Luxusimmobilienkäufer in den Gemeinden

- St. Anton
- St. Christoph
- Stuben
- Lech (mit seinen Ortsteilen Oberlech, Stubenbach, Zug)
- Zürs

Der **Wörthersee** ist Anziehungsort für Luxusimmobilienliebhaber vor allem in

- Velden
- Pörschach
- Krumpendorf
- Maria Wörth

4.3. Welches Transaktionsvolumen wird bei Luxusimmobilien in Österreich bewegt?

Die Zahlen der Transaktionsvolumina in den analysierten Gebieten wurden getrennt von der Analyse der Käufer erhoben. In diesem Zeitraum haben sich die Daten des Grundbuches weiterentwickelt und so sind diese jeweils in sich aussagekräftig, aber differieren und können daher nicht unmittelbar verglichen werden.

In **Wien** stehen durchschnittlich jährlich 4.703 Transaktionen mit 1.054.250.000,-€ Kaufpreisvolumen 156 Luxustransaktionen mit einem Volumen von **193.156.500,-€** gegenüber. Dies ist ein Verhältnis von 3,32 % der Transaktionen zu **18,32 %** des Kaufpreisvolumens für Wien, die aus dem Luxussegment generiert werden. Der Durchschnittspreis pro Luxusobjekt liegt bei **1.238.183,-€** in Wien.

In **Kitzbüchel und Umgebung** stehen durchschnittlich jährlich 250 Transaktionen mit 184.533.000,-€ Kaufpreisvolumen 56 Luxustransaktionen mit einem Volumen von **98.871.667,-€** gegenüber. Dies ist ein Verhältnis von 22,40 % der Transaktionen zu **53,58 %** des Kaufpreisvolumens für Kitzbüchel und Umgebung, die aus dem Luxussegment generiert werden. Der Durchschnittspreis pro Luxusobjekt liegt bei **1.765.565,-€** in Kitzbüchel und Umgebung.

In der **Stadt Salzburg** wurden insgesamt 1.200 Wohnungen mit einem Transaktionsvolumen von 190.000.000,-€ gekauft, davon 35 Luxuswohnungen mit einem Volumen von **31.250.000,-€**. Somit lässt sich die Aussage treffen, dass das Luxussegment in Salzburg Stadt mit 2,92 % der Wohnungskäufe für **16,4 %** des Transaktionsvolumens bei Wohnungen verantwortlich ist. Der Durchschnittspreis pro Luxuswohnung liegt bei **892.857,-€** in der Stadt Salzburg.

Im **Salzkammergut** stehen 499 Transaktionen mit 152.554.667,-€ Kaufpreisvolumen 38 Luxustransaktionen mit einem Volumen von **37.152.717,-€** gegenüber. Dies ist ein Verhältnis von 7,62 % der Transaktionen zu **24,35 %** des Kaufpreisvolumens für das Salzkammergut, die aus dem Luxussegment generiert werden. Der Durchschnittspreis pro Luxusobjekt liegt bei **977.703,-€** im Salzkammergut.

Am **Arlberg** stehen 46 Transaktionen mit 28.333.333,-€ Kaufpreisvolumen 16 Luxustransaktionen mit einem Volumen von **21.666.667,-€** gegenüber. Dies ist ein Verhältnis von 34,31 % der Transaktionen zu **76,47 %** des Kaufpreisvolumens für den Arlberg, die aus dem Luxussegment generiert werden. Der Durchschnittspreis pro Luxusobjekt liegt somit bei **1.354.167,-€** am Arlberg.

Am **Wörthersee** stehen 229 Transaktionen mit 85.666.667,-€ Kaufpreisvolumen 27 Luxustransaktionen mit einem Volumen von **44.369.911,-€** gegenüber. Dies ist ein Verhältnis von 11,79 % der Transaktionen zu **51,79 %** des Kaufpreisvolumens für den Wörthersee, die aus dem Luxussegment generiert werden. Der Durchschnittspreis pro Luxusobjekt liegt somit bei **1.643.330,-€** am Wörthersee.

Obige Ergebnisse zeigen, dass der Arlberg mit etwa $\frac{3}{4}$ des Transaktionsvolumens durch Luxusimmobilien die **stärkste Konzentration** in Österreich aufweist. Mit etwas mehr als der Hälfte tragen die Luxusimmobilien volumina in Kitzbühel und am Wörthersee zum luxuriösen Ruf der beiden beliebten Freizeitregionen bei. Das Salzkammergut ist breiter durchmischt, da Luxusimmobilien hier etwa $\frac{1}{4}$ des Transaktionsvolumens liefern. Wien macht mit 18 % und Salzburg mit 16 % (nur für Wohnungen) an Luxusimmobilienvolumen deutlich, dass in diesen Städten ein breiteres Spektrum an Wohnimmobilien gelebt wird.

Die im Durchschnitt **teuersten Luxusimmobilien** werden in Kitzbühel knapp gefolgt vom Wörthersee verkauft. Der Arlberg und Wien liegen im teuren Mittelfeld. Im Salzkammergut werden für Luxusimmobilien im Durchschnitt am Wenigsten Geld ausgegeben. Salzburg kann in diesem Ranking nicht angeführt werden, da nur Wohnungen ausgewertet wurden. Und es sind vor allem die teuren Villen, die den Durchschnittspreis heben, wie man am Beispiel Kitzbühels leicht nachvollziehen kann.

In den **Luxusstandorten Österreichs gesamt** stehen im Durchschnitt 6.927 Transaktionen jährlich mit 1.695.337.667,-€ Kaufpreisvolumen 328 Luxustransaktionen mit einem Volumen von **426.467.462,-€** gegenüber. Somit wird durch Luxusimmobilien mit nur rund 5 % der Transaktionen etwa **25 %** des Kaufpreisvolumens in den analysierten Gebieten erzielt. Für eine Luxusimmobilie werden im österreichweiten Durchschnitt ca. **1,3 Mio €** ausgegeben.

4.4. Wer sind die Käufer von Luxusimmobilien in Österreich?

Das Ergebnis der quantitativen Analyse zeigt, dass in **Wien** 83,23 % des Kaufpreisvolumens von Österreichern und 16,77 % von Ausländern gekauft werden. Laut dem Grundbuch teilt sich das ausländische Kaufpreisvolumen in Wien zu

- 14,17% auf russische Käufer,
- 13,85 % auf deutsche Käufer,
- 12,46 % auf zypriotischen Käufer und
- 40,48 % auf Käufer aus Schweden, England, Liechtenstein, Monaco, Bulgarien, Schweiz, Slowakei, Luxemburg, Spanien, China, USA, Polen, VAE, Italien, Serbien, Ungarn, Tschechei und Bahrain

nach Nationen auf.

Im Rahmen der qualitativen Interviews für Wien haben drei der Immobilienkanzleien einen relevanten Anteil an inländischen Käufern von 60 bis 80%, bei drei weiteren halten sich inländische und ausländische Käufer etwa die Waage und nur bei einem Unternehmen lässt sich der Anteil mit etwa 10% beziffern.

Auf die Frage nach ausländischen Käufern nannten alle sieben Immobilienfachleute Russland zuerst und bei drei Gesprächspartnern war der Arabische Raum zweitgenannte Provenienz. Dann diversifizieren sich die Aussagen je nach spezifischen Kontakten des Unternehmens. Immerhin mehrfach genannt werden Kasachstan, Italien, Deutschland, Großbritannien und die USA. Einzelverkäufe gelangen an Personen aus Argentinien, Chile, Bulgarien, Tschechien und Ungarn.

Die quantitative Analyse bestätigt durchaus die Aussagen bezüglich dem Verhältnis Österreicher zu Ausländer, der Wichtigkeit der Russen als Luxusimmobilienkäufer in Wien und auch der Vielzahl der Nationen, die als Käufer auftreten. Allerdings mutet diese Rolle der Russen laut den Grundbuchdaten weniger spektakulär an, als in den Interviews hervorging. Dies kann nun daran liegen, dass EU-Ausländer oftmals über österreichische oder europäische (z.B. in Zypern) GmbHs ihre Immobilie kaufen, wie aus allen qualitativen Interviews hervorgeht und somit nicht mit deren Provenienz im Grundbuch aufscheinen.

Es gibt daher in der effektiven Dimension der Volumina, die von Russen und anderen EU-Ausländern stammen, eine Grauzone. Diese Situation betrifft vor allem Wien. Denn in den hier untersuchten Fremdenverkehrsgebieten in Österreich ist der Verkauf von Ferienimmobilien im Speziellen und generell an EU-Ausländer von weitreichenden Restriktionen betroffen und daher nur vereinzelt möglich, wie aus den qualitativen Interviews hervorgeht.

Das Ergebnis der quantitativen Analyse in **Kitzbüchel und Umgebung** zeigt, dass Luxusimmobilien von der Anzahl der Transaktionen, nahezu 50:50 an Österreicher und Ausländer gehen. Inländer geben jedoch pro Immobilie um etwa 11 % im Durchschnitt weniger Geld aus, als ausländische Käufer und so verhält sich das Transaktionsvolumen etwa 40:60. Die Deutschen sind die größten Luxusimmobilienkäufer in Kitzbüchel mit einem Anteil von 48% des gesamten Kaufpreisvolumens. Sie zeichnen 80 % des Auslandsvolumens und die restlichen 20 % werden laut Grundbuch von Zyprioten, Liechtensteinern, Luxemburgern, Niederländern, Schweizern, Russen, Italienern, Indonesiern, Engländern, Tschechen, Belgiern und Franzosen investiert.

Die qualitativen Interviews haben in Kitzbüchel für zwei Firmen nur 10% inländische Kundschaft, eine 15 bis 20% und eine immerhin 40% aus Wien, Linz und Salzburg. Zu 50 bis 80 % der ausländischen Luxusimmobilienkäufer sind Deutsche. Zweitplatziert sind die Niederländer mit deutlichem Abstand und danach reihen sich

Italiener, Briten, Schweizer und die östlichen EU-Nationen (Tschechen, Polen etc.) sowie nur vereinzelt Russen und Araber (aufgrund des Tiroler Grundverkehrsgesetzes). Die quantitative Analyse präzisiert somit die getätigten Aussagen und bestätigt die Verhältnisse der Käuferschaft in Kitzbühel und Umgebung.

Die Kaufpreissummen für Luxuswohnungen kommen in **Salzburg** zu 86,31 % von Österreichern und zu 13,69 % von Ausländern. 68,3 % des ausländischen, allerdings nur 9,35 % des gesamten Transaktionsvolumen bei Luxusimmobilienkäufen wird von Deutschen getätigt. Einige andere Nationen, wie Liechtensteiner, Engländer, Monegassen, Singapurer und Niederländer traten als Käufer in Erscheinung, aber jeweils nur mit Einzeltransaktionen.

Das qualitative Interview ergab ein 50:50 Verhältnis von inländischer und ausländischer Käuferschaft, die laut der quantitativen Analyse für Salzburg Stadt jedoch nicht repräsentativ ist. Dies liegt möglicherweise daran, dass das Unternehmen nicht nur in Salzburg, sondern auch in Kitzbühel, im Salzkammergut und Wien tätig ist. Bei den Nationen gibt es eine weitreichende Übereinstimmung, denn das Interview ergab, dass 2/3 der ausländischen Luxuskäufer Deutsche sind und mit weitem Abstand von Niederländern, Engländern und vereinzelt Argentinern, Chilenen, Chinesen, Amerikanern und anderen gefolgt werden.

Im **Salzkammergut** wurden im Befragungszeitraum lt. Kaufpreissummen Luxuswohnungen und –häuser zu 89,45 % von Österreichern und zu 10,55 % von Ausländern gekauft. 48,92 % des ausländischen Transaktionsvolumen wird von Deutschen getätigt, gefolgt von Engländern mit noch 19,73 % und Einzelkäufen von Zyprioten, Russen, Thailändern, Franzosen und Schweizern. Besonders zu betonen ist, dass 87,28 % des ausländischen Luxusimmobilienvolumens rund um den Attersee und den Wolfgangsee investiert wird.

Im qualitativen Interview wurde vermittelt, dass Luxusimmobilien zu 50 % von Inländern und 50% von Ausländern gekauft werden, was lt. dem Vergleich mit den Grundbuchsdaten ein Unternehmensspezifikum darstellt und somit nicht repräsentativ ist. Von den 50 % ausländischen Käufern von Luxusimmobilien, etwa 20% aus Großbritannien und ebenso viele aus Deutschland kommen. Die restlichen 10% der Käufer seien aus neuen EU-Ländern, sowie aus den Niederlanden, Frankreich, und anderen innereuropäischen Ländern. Hier deckt sich die Einschätzung bezüglich der Wichtigkeit der Engländer. Die Deutschen sind allerdings laut quantitativer Analyse im Salzkammergut deutlich stärker vertreten.

Am **Arlberg** wurde für Luxuswohnungen und –häuser von Österreichern ein Transaktionsvolumen von 74,15 % und von Ausländern von 25,85 % ausgegeben. 42,49 % des ausländischen Kaufpreisvolumen wird von Deutschen getätigt. Chinesen tragen mit 16,52 % und Schweizer mit 13,54 % zum ausländischen Volumen bei. Weitere Nationen treten als neue Eigentümer vereinzelt in Erscheinung, wie Dänen, Luxemburger, Amerikaner, Engländer und Niederländer.

Laut dem geführten Interview mit dem Arlberger Immobilienunternehmen kaufen etwa 1/3 Inländer und 2/3 Ausländer die für diese Region typischen Chalets und Wohnungen. Die meisten internationalen Kunden kommen aus englischsprachigen Ländern, wie England, Irland, Schottland und den USA, es folgen die neuen EU-Länder aus dem Osten und es gibt eine geringe Anzahl von Deutschen, Italienern und Schweden, die Luxusimmobilien am Arlberg kaufen.

Es zeigt sich hier, dass das befragte Unternehmen offenbar in einem Teilmarkt tätig ist, der sich sehr stark an der englischsprachigen internationalen Klientel orientiert, was aber nicht für den Gesamtmarkt Arlberg repräsentativ ist. Deutsche spielen mit über 40 % des Auslandsvolumens de facto eine gewichtige Rolle im Skieldorado Arlberg.

Am **Wörthersee** wurden Luxuswohnungen und –häuser von Österreichern mit einem Transaktionsvolumen von 85,46 % und Ausländer von 14,54 % gekauft. 53,52 % des ausländischen Kaufpreisvolumens werden von Deutschen getätigt. Es treten zwar andere Nationen als neue Eigentümer mit Einzeltransaktionen in Erscheinung, nämlich, Russen, Liechtensteiner, Schweizer und Engländer.

Das qualitative Interview ergab, dass von der Anzahl der Käufer her Inländer etwa 55% der Kundschaft ausmachen, von den Umsätzen her jedoch nur mehr 40% und demzufolge Ausländer 60%. Die kaufkräftigste ausländische Gruppe sind Deutsche, die von Käufern aus den GUS-Staaten und Italienern gefolgt werden. Das Unternehmen ist stark an ausländischen Kunden orientiert. Deutsche, als wichtigste ausländische Käufernation, spiegeln sich in der quantitativen Analyse wieder.

4.5. Welchen Anteil am Volumen haben ausländische Käufer?

Die Anteile der Käufer österreichischer Luxusimmobilien auf Inländer und Ausländer aufgeteilt, stellen sich wie folgt für die analysierten Gebiete im Jahresschnitt dar:

Luxusimmobilien	Gesamt	Österreicher	Ausländer	% Ausland
Wien	180.527.586 €	150.255.243 €	30.272.344 €	16,77 %
Kitzbühel & U.	101.346.861 €	40.789.694 €	60.557.167 €	59,75 %
Stadt Salzburg	30.437.074 €	26.271.347 €	4.165.727 €	13,69 %
Salzkammergut	37.152.717 €	33.233.760 €	3.918.956 €	10,55 %
Arlberg	20.293.647 €	15.048.003 €	5.245.643 €	25,85 %
Wörthersee	43.714.777 €	37.360.022 €	6.354.755 €	14,54 %
Summen	413.472.662 €	302.958.069 €	110.514.592 €	26,73 %

Tabelle 7 – Anteile ausländischer Käufer am österreichischen Luxusimmobilienmarkt

Anhand obiger Tabelle ersieht man, dass der gesamte Luxusimmobilienmarkt in Österreich zu 26,73 % von ausländischen Investoren lebt. Der Anteil der

Auslandsvolumina ist aber je Region höchst unterschiedlich. So ist er in Kitzbühel mit fast 60% am Höchsten und knapp über 10% im Salzkammergut am Niedrigsten.

Welches Volumen im Durchschnitt jährlich die jeweiligen Top 3 Nationen aller Regionen zum Auslandsvolumen beitragen, zeigt sich anhand der folgenden Tabelle:

Luxusimmobilien	Österreicher	Deutsche	Zyprioten	Russen
Wien	150.255.243 €	4.193.375 €	3.772.076 €	4.289.938 €
Kitzbühel & U.	40.789.694 €	48.962.000 €	2.915.833 €	1.000.000 €
Stadt Salzburg	26.271.347 €	2.845.602 €		
Salzkammergut	33.233.760 €	1.917.490 €	500.000 €	370.133 €
Arlberg	15.048.003 €	2.228.870 €		
Wörthersee	37.360.022 €	3.400.755 €		1.316.667 €
Summen	302.958.069 €	63.548.092 €	7.187.909 €	6.976.738 €

Luxusimmobilien	Liechtensteiner	Engländer	Schweizer	Chinesen
Wien	1.976.500 €	2.071.948 €	1.282.250 €	825.000 €
Kitzbühel & U.	2.260.000 €	443.333 €	1.026.667 €	
Stadt Salzburg	487.500 €	300.000 €		
Salzkammergut		773.333 €	110.000 €	
Arlberg		202.667 €	710.000 €	866.667 €
Wörthersee	733.333 €	427.333 €	476.667 €	
Summen	5.457.333 €	4.218.614 €	3.605.584 €	1.691.667 €

Tabelle 8 – Die größten Käufernationalitäten in Österreich

Die Gesamtsumme der größten Käufernationalitäten im jährlichen Durchschnitt beträgt 91.185.937,-€ und trägt somit zu 82,51 % zum gesamten Auslandsvolumen bei. Eine Vielzahl von Nationen sind zumeist durch Einzelkäufe für das restliche Volumen verantwortlich.

Mit weitem Abstand die Nummer 1 sind die Deutschen mit 57,5% Anteil am Auslandsgeld für Luxusimmobilien in Österreich. Der relativ hohe Anteil aus Zypern und Liechtenstein lässt vermuten, dass andere Käufernationalitäten dahinter stecken. Die Russen haben in Österreich zwar mit Sicherheit nicht die Durchdringung im Luxussegment erreicht, wie die Deutschen – dennoch liegt es auf der Hand, dass sie in der Realität die Nummer 2 der ausländischen Luxusimmobilienkäufer sind. Um die Nummer 3 und 4 Position bewerben sich mit einem ähnlichem Volumen die Engländer und die Schweizer.

5. Schlussfolgerungen und Zusammenfassung

Im abschließenden Kapitel werden nun die drei Hypothesen der vorliegenden Arbeit bestätigt oder widerlegt, eine abschließende Erkenntnis aus der Arbeit gezogen und in der Zusammenfassung ein grober Überblick über das vorliegende Werk verfasst.

5.1. Verifizierung bzw. Falsifizierung der Hypothesen

Nun können die drei Hypothesen der vorliegenden Arbeit verifiziert oder falsifiziert werden.

Hypothese 1:

Mehr als 50 % des Transaktionsvolumens bei Luxusimmobilien bewegen ausländische Käufer.

Im Zuge der Arbeit hat sich eindeutig herausgestellt, dass Österreicher einen sehr hohen Anteil am Transaktionsvolumen bei Luxusimmobilien in Österreich haben. Jenes der Ausländer beträgt nur 26,73 %.

Die Hypothese ist somit falsifiziert.

Hypothese 2:

Bei der Anzahl der Transaktionen sind Österreicher als Käufer im Luxussegment mit mehr als 50 % vertreten.

Die Anzahl der Transaktionen der Österreicher in ganz Österreich übersteigt mit 80,49 % bei Weitem die Hälfte. Es gibt nur eine regionale Ausnahme – in Kitzbühel lagen die Transaktionen der Österreicher bei 49,42 %.

Die Hypothese ist somit für Österreich verifiziert.

Hypothese 3:

Ausländische Käufer geben pro Luxusimmobilienkauf in Österreich im Durchschnitt mehr Geld aus als inländische Käufer.

Diese Feststellung trifft – bricht man diese auf die untersuchten Einzelregionen herunter – für Wien sowie Kitzbühel und Umgebung zu. Für die Stadt Salzburg, das Salzkammergut, den Arlberg und den Wörthersee jedoch nicht.

Im Durchschnitt für ganz Österreich geben Österreicher um 65.271,-€ mehr pro Transaktion für Luxusimmobilien aus.

Die Hypothese ist somit falsifiziert.

5.2. Abschließende Konklusion

Die Ausgangssituation der Arbeit war, den vielen Anekdoten und Glaubenssätzen rund um die Käuferschaft von Luxusimmobilien in ganz Österreich durch intensive Analyse Wissen gegenüberzustellen.

Der zu Beginn erwähnte reiche Russe, der herbeigesehnt wird, um eine teure Luxusimmobilie gut zu verkaufen, ist ein Faktum der letzten Jahre geworden. Die reichen Deutschen sind schon seit Langem im Land.

So nimmt sich aus der Liste der teuersten Verkäufe der letzten Jahre der befragten Immobilienfachleute eine von sieben Luxusimmobilien, die an einen Österreicher in Wien verkauft wird unter Russen und Kasachen eher einsam aus - wengleich zum höchsten Kaufpreis.

- 1,7 Mio € für Gartenmaisonette im 19. Bezirk an einen Russen
- 4,5 Mio € für Villa an einen Kasachen
- 5 Mio € für Dachgeschoßausbau mit 20.000,-€m² Wr. Innenstadt an Russen
- 5 Mio € für Dachterrassenwohnung Wiener Innenstadt an Russen
- 8,7 Mio € für Villa im 19. Bezirk an Russen
- 9,3 Mio € für komplette Innenstadt-Etage an einen Russen
- 10 Mio € für Villa an Österreicher

In Kitzbühel ist das Nationenbild unter den High End Objekten bunter.

- 10 Mio € für Haus in Kitzbühel an Deutschen
- 14,5 Mio € für Haus in Kitzbühel an einen Engländer
- 16 Mio € für Landhaus in Kitzbühel an Russen
- 17 Mio € für Haus in Kitzbühel an Liechtensteiner Investmentgesellschaft

In Salzburg hat ein Deutscher für den Topseller gesorgt.

- 5 Mio € für Villa in Salzburg Stadt an Deutschen

Am Arlberg kaufte ein EU-Inländer russischer Abstammung.

- 6 Mio € Haus an einen Russen

Am Wörthersee sorgten österreichische Käufer für eine bemerkenswerte Transaktion.

- 9 Mio € für Seeliegenschaft an Deutschen
- 15 Mio € für Halbinsel mit Schloss in Kärnten an Österreicher

Diese Hitliste ist die Spitze des Eisberges der Käuferschaft von Luxusimmobilien in Österreich. Drei Nationen spielen in diesen monetären Dimensionen eine sehr wesentliche Rolle: Russen, Deutsche und Österreicher

Es sind bei Russen die spektakulären Käufe innerhalb der letzten Jahre, die dieser Nation eine überragende Rolle bei Luxusimmobilien in Österreich generell zuschreiben. Die Vorreiterrolle kann jedoch laut der Analysen der Arbeit (noch) nicht bestätigt werden. Russen sind höchstwahrscheinlich die echte Nr. 3 im Luxusimmobiliengeschäft in Österreich. Dies vor allem wenn man den Spielraum nach oben gedanklich ausnützt, der durch share deals den Grundbuchsdaten hinzuzurechnen ist. Der Deutsche ist mit fast dem siebenfachen Volumen der Russen der mit weitem Abstand als Nr. 2 bestätigte Luxusimmobilienkäufer in Österreich. Und der größte Luxusimmobilienkäufer im Land bleibt der Österreicher selbst mit etwa $\frac{3}{4}$ des gesamten Transaktionsvolumens. Sei es, dass er hier lebt oder als im Ausland lebender Österreicher sein international verdientes Geld hier anlegt.

Die Rolle der Russen wird sich als Luxusimmobilienkäufer stark weiterentwickeln, allerdings in guter Gesellschaft anderer Nationen, wie China, der Mittlere Osten und Südamerika, wie in The Wealth Report 2012¹⁶ in seiner jährlichen Ausgabe betont wird.

Der Reichtum, der in den BRIC (Brasilien, Russland, Indien, China) Staaten und anderen dynamischen Entwicklungsländern entsteht, wird gerne in Ländern wie Österreich ausgegeben. Denn Superreiche schätzen ein offenes kosmopolitisches Umfeld, ausgezeichnete Ausbildungsmöglichkeiten und sie suchen einen sicheren Hafen!

Wien liegt mit 14.200,-USD/ m² auf Platz 28 von 63 erhobenen Städten des PIRI (Prime International Residential Index) und ist somit im Vergleich zu Moskau mit 24.000,-USD/m², London mit 48.900,-USD/m² und Monaco mit 58.300,-USD/m² ein Schnäppchen im Luxussegment und das bei hervorragender Bewertung der Lebensqualität sowie steigender Bedeutung unter den wichtigsten Städten der Welt¹⁷.

Es ist daher davon auszugehen, dass die Käuferschaft von Luxusimmobilien in Österreich im nächsten Jahrzehnt deutlich internationaler wird und sich in Richtung 50 % Anteil der Transaktionssummen bewegt.

5.3. Zusammenfassung

Ziel der Arbeit war es, die Bedeutung internationaler Käufer von Luxusimmobilien in Österreich wissenschaftlich zu erforschen und damit verbundenen Detailfragen zu klären. Anhand der Recherchen zum Thema Luxusimmobilien wurde festgestellt,

¹⁶ vgl. Bailey, Prime Numbers in The Wealth Report 2012, S 28f, „When asked which nationalities will become most important as prime property buyers over the next five years, Chinese, Russian, Middle Eastern, Latin American and those from other growth economies consistently top advisers lists.“

¹⁷ vgl. Everett-Allen/Colbourne, Data Analysis in The Wealth Report 2012, S 63

dass die Literatur dazu keine Beiträge liefert. Der Begriff wird dennoch allerorten verwendet, auch in der Fachliteratur.

So erwies es sich als einzig zielführend empirische Grundlagenforschung zum Thema Produkt- und Zielgruppenbestimmung sowie zur Ermittlung von adäquaten Ansprachemethoden in diesem Segment durchzuführen. Es wurden 15 qualitative Interviews mit Luxusimmobilienfachleuten in ganz Österreich gemacht und eine quantitative Analyse anhand österreichweiter Grundbuchdaten, die durch das Unternehmen WEBSERVICESunited-Roland Schmid e.U zur Verfügung gestellt wurden, angeschlossen.

Eingangs wurden fünf Kernfragen und drei Hypothesen zum Thema Luxusimmobilien in Österreich formuliert, die anhand der qualitativen und quantitativen Analysen zusammengefasst wie folgt beantwortet werden konnten:

Frage 1: Was ist eine Luxusimmobilie?

Im Rahmen der Arbeit wurde auf Basis der qualitativen Interviews folgende Definition abgeleitet:

Eine Luxusimmobilie zeichnet sich durch eine beeindruckende, zumeist repräsentative und edle Anmutung aus. Sie bietet außergewöhnlich viel Raum und strahlt in jeder Hinsicht verschwenderische Großzügigkeit und höchsten Komfort aus. Sie ist im Falle einer neuen oder sanierten historischen Immobilie weitestgehend mit Klimatisierung, Sicherheitstechnik, bei mehrgeschossigen Bauten mit Lift und mit Garagen ausgestattet. Die Verwendung qualitativ hochwertiger Materialien und die hervorragende Verarbeitung kann man allerorten sehen und vermitteln Gediegenheit und Nachhaltigkeit. Das Raumkonzept sieht möglichst zu jedem Schlafzimmer ein Bad, ein WC und einen Ankleideraum vor. Sie ist vorwiegend in den gefragtesten Lagen im Umfeld gleichartiger Objekte zu finden oder vor allem bei historischen Gebäuden in ausgewählten Einzellagen. Eine derartige Immobilie ist ein Luxus, den man sich leisten können muss – sie ist in jeder Hinsicht teuer und somit ein Statussymbol.

Abbildung 3: Definition des Begriffes *Luxusimmobilie*

Frage 2: Wo finde ich Luxusimmobilien in Österreich?

Bei der Recherche nach Agglomerationen von Luxusimmobilien in Österreich wurden folgende Gebiete elaboriert:

- Wien (Bezirke 1-9, 13, 18, 19)

- Kitzbühel und Umgebung
- Salzburg Stadt
- Salzkammergut
- Arlberg
- Wörthersee

Frage 3+5: Welches Transaktionsvolumen wird bei Luxusimmobilien bewegt und welchen Anteil haben ausländische Käufer am Erwerb österreichischer Luxusimmobilien?

Diese Antworten können durch folgenden Überblick anschaulich gemacht werden.

Luxusimmobilien	Gesamt	Österreicher	Ausländer	% Ausland
Wien	180.527.586 €	150.255.243 €	30.272.344 €	16,77 %
Kitzbühel & U.	101.346.861 €	40.789.694 €	60.557.167 €	59,75 %
Stadt Salzburg	30.437.074 €	26.271.347 €	4.165.727 €	13,69 %
Salzkammergut	37.152.717 €	33.233.760 €	3.918.956 €	10,55 %
Arlberg	20.293.647 €	15.048.003 €	5.245.643 €	25,85 %
Wörthersee	43.714.777 €	37.360.022 €	6.354.755 €	14,54 %
Summen	413.472.662 €	302.958.069 €	110.514.592 €	26,73 %

Tabelle 7 – Anteile ausländischer Käufer am österreichischen Luxusimmobilienmarkt

Darüber hinaus wurde der Anteil des Luxusimmobiliensegmentes am gesamten Immobilienmarkt in der jeweiligen Region und somit die Durchdringung festgestellt, die hier absteigend zusammengefasst wird.

- 76,47 % Arlberg
- 53, 58 % Kitzbühel und Umgebung
- 51,79 % Wörthersee
- 24,35 % Salzkammergut
- 18,32 % Wien
- 16,4 % Salzburg Stadt (Anmerkung: nur Wohnungsmarkt untersucht)

Frage 4: Wer sind die Käufer von Luxusimmobilien in Österreich?

Die größten Käufernationen können anhand der nachstehenden Tabelle aufgezeigt werden.

Luxusimmobilien	Österreicher	Deutsche	Zyprioten	Russen
Wien	150.255.243 €	4.193.375 €	3.772.076 €	4.289.938 €
Kitzbühel & U.	40.789.694 €	48.962.000 €	2.915.833 €	1.000.000 €
Stadt Salzburg	26.271.347 €	2.845.602 €		
Salzkammergut	33.233.760 €	1.917.490 €	500.000 €	370.133 €
Arlberg	15.048.003 €	2.228.870 €		
Wörthersee	37.360.022 €	3.400.755 €		1.316.667 €
Summen	302.958.069 €	63.548.092 €	7.187.909 €	6.976.738 €

Luxusimmobilien	Liechtensteiner	Engländer	Schweizer	Chinesen
Wien	1.976.500 €	2.071.948 €	1.282.250 €	825.000 €
Kitzbühel & U.	2.260.000 €	443.333 €	1.026.667 €	
Stadt Salzburg	487.500 €	300.000 €		
Salzkammergut		773.333 €	110.000 €	
Arlberg		202.667 €	710.000 €	866.667 €
Wörthersee	733.333 €	427.333 €	476.667 €	
Summen	5.457.333 €	4.218.614 €	3.605.584 €	1.691.667 €

Tabelle 8 – Die größten Käufernationen in Österreich

Die drei Hypothesen der Arbeit konnten wie folgt bestätigt oder widerlegt werden:

Hypothese 1: Mehr als 50 % des Transaktionsvolumens bei Luxusimmobilien bewegen ausländische Käufer.

Im Zuge der Arbeit hat sich eindeutig herausgestellt, dass Österreicher einen sehr hohen Anteil am Transaktionsvolumen bei Luxusimmobilien in Österreich haben. Jenes der Ausländer beträgt nur 26,73 %. Die Hypothese ist widerlegt.

Hypothese 2: Bei der Anzahl der Transaktionen sind Österreicher als Käufer im Luxussegment mit mehr als 50 % vertreten.

Die Anzahl der Transaktionen der Österreicher in ganz Österreich übersteigt mit 80,49 % bei Weitem die Hälfte. Es gibt nur eine regionale Ausnahme – in Kitzbühel lagen die Transaktionen der Österreicher bei 49,42 %. Die Hypothese ist somit für Österreich verifiziert.

Hypothese 3: Ausländische Käufer geben pro Luxusimmobilienkauf in Österreich im Durchschnitt mehr Geld aus als inländische Käufer.

Diese Feststellung trifft – bricht man diese auf die untersuchten Einzelregionen herunter – für Wien sowie Kitzbühel und Umgebung zu. Für die Stadt Salzburg, das Salzkammergut, den Arlberg und den Wörthersee jedoch nicht. Im Durchschnitt für ganz Österreich geben Österreicher um 65.271,-€ mehr pro Transaktion für Luxusimmobilien aus. Die Hypothese ist somit falsifiziert.

Österreicher sind die Nummer 1, Deutsche die Nummer 2 und Russen die Nummer 3 Luxusimmobilien-Käufernationen in Österreich. Betrachtet man jedoch High End Käufe ab einem Volumen von etwa 5 Mio € pro Transaktion dreht sich die Hitliste um und es sind mit weitem Abstand zuerst Russen, dann Deutsche und dann Österreicher, die diese Transaktionen tätigen.

Wie elaboriert werden konnte, erreicht man diese Käufer – nebst hervorragenden Kontakten und Netzwerken – primär über das Internet, dem steigende Bedeutung zugemessen wird und sekundär über ausgewählte nationale und internationale

Printmedien in englischer und deutscher Sprache. Luxusimmobilienkäufer erwarten sich in jeder Hinsicht einen hervorragenden Service der betreuenden Immobilienkanzlei rund um das erworbene Objekt.

Es wurde eine Verdoppelung der Preise bei Topobjekten in Toplagen in den letzten 5 Jahren bestätigt, die sich nicht in diesem Tempo und Ausmaß fortsetzen wird.

Luxusimmobilienkäufer in Österreich schätzen die Sicherheit, die Schönheit und die perfekte Infrastruktur des Landes – und dies in zunehmendem Masse eine internationale Käuferschaft.

Kurzfassung

Die Bedeutung internationaler Käufer von Luxusimmobilien in Österreich sind Thema der Arbeit. Im Rahmen der Recherchen zum Thema Luxusimmobilien wurde klar, dass die Literatur dazu keine Beiträge liefert, obwohl der Begriff allerorten, auch in der Fachliteratur, verwendet wird.

Einzig zielführend erschien somit empirische Grundlagenforschung zum Thema Produkt- und Zielgruppenbestimmung sowie zur Ermittlung von adäquaten Ansprachemethoden in diesem Segment durchzuführen. Es wurden 15 qualitative Interviews mit Luxusimmobilienfachleuten in ganz Österreich gemacht und eine quantitative Analyse anhand österreichweiter Grundbuchdaten angeschlossen.

Fünf Kernfragen und drei Hypothesen wurden bearbeitet. Zur Beantwortung der ersten Frage - was ist eine Luxusimmobilie – musste eine Definition aus Luxus zuschreibenden Kriterien abgeleitet werden. Die Frage – wo finde ich Luxusimmobilien in Österreich – gelang bereits im Rahmen der Eingangsrecherchen zu klären. Die dritte, vierte und fünfte Frage – welches Transaktionsvolumen wird bei Luxusimmobilien bewegt, wer sind die Käufer von Luxusimmobilien und welchen Anteil haben ausländische Käufer am Erwerb österreichischer Luxusimmobilien – wurde im Rahmen der quantitativen Analyse mit klaren Zahlen und Nationen hinterlegt.

Darüber hinaus wurde der Anteil des Luxusimmobiliensegmentes am gesamten Immobilienmarkt in der jeweiligen Region und somit die Durchdringung festgestellt.

Folgende Hypothesen wurden verifiziert oder falsifiziert, nämlich ob mehr als 50 % des Transaktionsvolumens bei Luxusimmobilien ausländische Käufer generieren, ob bei der Anzahl der Transaktionen Österreicher als Käufer im Luxussegment mit mehr als 50 % vertreten sind und ob ausländische Käufer pro Luxusimmobilienkauf in Österreich im Durchschnitt mehr Geld ausgeben als inländische Käufer.

Wer sind die Top-Nationen beim Kauf von Luxusimmobilien in Österreich und wie spricht man diese ideal an, konnte im Rahmen der Arbeit aus den quantitativen und qualitativen Analysen elaboriert werden.

Abschließend konnten Trends hinsichtlich Nationen und Preisen für die weitere Entwicklung dieses Immobiliensegmentes genannt werden.

Literaturverzeichnis

- Bailey, Liam Prime Numbers in: The Wealth Report 2012, A Global Perspective on Prime Property and Wealth, a cooperation of Knight Frank an Citi Bank, London 2012
- Bienert, Sven/
Funk, Margret (Hrsg.) Immobilienbewertung Österreich,
Edition ÖVI Immobilienakademie,
Österreichischer Verband der Immobilientreuhänder,
2. Auflage, Wien, Stand September 2009
- Bosak, Alexander/
Kaufmann, Philipp Immobilienmarketing, Skriptum Postgradualer
Universitätslehrgang Immobilienmanagement &
Bewertung, TU Wien, Stand Mai 2010
- Everett-Allen, Kate/
Colbourne, Matthew Data Analysis in : The Wealth Report 2010, A Global Perspective on Prime Property and Wealth, a cooperation of Knight Frank and Citi Bank, London, 2012
- Funk, Margret (Hrsg.) Immobilienlexikon Österreich,
Edition ÖVI Immobilienakademie,
Österreichischer Verband der Immobilientreuhänder,
Wien, 2003
- Pfeiffer, Elmar Immobilienwirtschaftliches Glossar,

www.stalys.de/data/immobilienglossarbeschreibung.htm

Abfrage am 25.02.2012

Rücklinger, Gottfried Wirtschaftskammer Österreich - Fachverband der
Immobilientreuhänder und Vermögensverwalter
(Hrsg.), Immobilien-Preisspiegel 2011,
Himberg, Juni 2011

Walzel, Barbara Unterscheidung in Immobilienarten in:
Karl-Werner Schulte (Hrsg.), Immobilienökonomie,
Band 1, Betriebswirtschaftliche Grundlagen,
Oldenburg Wissenschaftsverlag GmbH,
München, 2008

Wiesinger, Elisabeth <http://schulen.edhui.at/vitalhs/lernen/history/baustile>
20.01.2012

Anhangverzeichnis

Fragebogen 1 (Wien).....	83
Fragebogen 2 (Wien).....	89
Fragebogen 3 (Wien).....	93
Fragebogen 4 (Wien).....	98
Fragebogen 5 (Wien).....	102
Fragebogen 6 (Wien).....	106
Fragebogen 7 (Wien).....	110
Fragebogen 1 (Kitzbüchel).....	114
Fragebogen 2 (Kitzbüchel).....	119
Fragebogen 3 (Kitzbüchel).....	124
Fragebogen 4 (Kitzbüchel).....	128

Internationale Käufer nationaler Luxusimmobilien

Fragebogen

Firma: Immobilien (1)

Wien

Interview mit: Geschäftsführer

Am: 31.08.2011

Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen?

Art:

Prinzipiell jede Immobilie, Architektur muss einzigartig sein, Wohnung entweder in Stilhaus mit schönem Entrée oder moderner DG-Ausbau mit Terrasse auf gleicher Ebene; historische Villa wird als nachhaltig geschätzt versus Glas – Holz – Stahl- Konstruktionen im modernen Hausbau

Größe:

Wohnungen ab 200 m²

Haus ab 500 m²

Grundstücke in Villenlage ab 1.000 m²

Lage:

Wohnungen Bezirke 1-9 in Wien

Villen Bezirke 13, 18, 19 in Wien

Andere Lagen in Österreich z. B. Kitzbühel, Salzkammergut (Attersee etc.),.....

Ausstattung:

Je Schlafzimmer ein Bad, Garage im Haus, Lift (Wohnungsfahrt), Pool, Sicherheitssystem

Holzböden (Sternparkett)

Jede Zeit hat ihren Luxus!

Preis:

200 m² Wohnung zwischen 16.000 und 20.000,-€/m²

1.000 m² Grundstück + 500 m² Wohnfläche ab 3,5 Mio €

3.500,-€ netto Herstellungskosten, 4.000,-€ netto Herstellungskosten für DG im 1. Bezirk

Markante Eigenschaften:

Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an? Und wo?

Art:

Wohnungen etwas mehr

Häuser/Villen/Schlösser 1-2 p.a.

Ort:

Wohnungen Bezirke 1, 3, 4, 9

Häuser Bezirke 13, 18, 19

Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Prozent:

40% - Rest kommt aus Gewerbe, Forst, Sonstigem

Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

70 – 80% - diese sind zumeist international tätig (Ö-Expatriots)

Expatriots kaufen zumeist ca. 150 m², also nicht allzu groß. Inländer lieben die Altbausubstanz – für internationales Publikum sind die Bad/WC-Situationen in Wiener Altbauten oft ein KO-Kriterium.

Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

60% kaufen eher modern – Ausstattung mit internationalem Standard

40% kaufen Altbau – dies sind zumeist kultivierte Kunst- und Kulturliebhaber

Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Russland (Abramovich war Kunde) – wollen nach Europa, Ö ist nah, Diplomaten suchen hier Alterssitz

Italien (lieben Wien) – Understatement in Ö nicht notwendig = Eldorado

Deutsche

Engländer

CE-Raum (Rumänen,...)

Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Sicherheit

Lebensqualität

Medizinische Versorgung

Derzeit noch relativ günstig

Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

20.000,-€/m² für DG-Ausbau in der Johannesgasse, 1010 Wien an Herrn Abramovich (Russe) im Jahr 2008

15 Mio € für Maria Loretto (Halbinsel mit Schloß) an die Stadt Klagenfurt im Jahr 2002

Villen um etwa 10 Mio € an Österreicher (Unternehmer, Erben,...)

Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Internet

Über Anwalt – stand plötzlich da

Kontakte

Welche Aktivitäten setzten Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Kontakte:

Ehemals Niederlassungen in St. Petersburg (wieder zugesperrt) – aber Mitarbeiter ist Russe und gut vernetzt, Russisch – Ö-Gesellschaft, Russische Kommune ist sehr vorsichtig,

Botschaften

Mundpropaganda und Bekannte wie Sigi Wolf, Mörwald,.....

MIPIM, Exporeal, Immobilienmesse, Österreicherball in Moskau/St. Petersburg

Viel unterwegs sein

Print:

Eigene Immobilienzeitung Auflage 13 – 14.000 Stück etwa 3-4x p.a.

Deutsche und geringere Englische Fassung

PR

Flugzeug-Magazine

Internet:

Website

Sonstige, wie Direct Mailing:

5 – 6.000 Adressen per E-Mail

Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Lokale Medien - hatten 13 Niederlassungen mit 60 Leuten – heute 3 Büros - Investoren fielen aus

Rumänisch + E + D /Petrom (Gewerbe)

Serbisch + E + D/Belgrad (für Wr. Städtische)

Italienisch usw.

Kooperationen in anderen Ländern

Firmensprache Deutsch, Englisch nach Bedarf

Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Russen = Kontakte bzw. Deutsche = Internet usw.?

Russen und Japaner kommen nur auf persönliche Empfehlung

CE (Rumänien....) reagieren eher auf Internet

Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Siehe oben

Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Russe wollte landwirtschaftliches Gut kaufen – Anwalt hatte keinen Dolmetscher – Sprachproblem

Oftmals schlechter Service in Österreich! In USA – Immobilien Dienstleistung toll, in CH – Finanzbeamte sind sogar Dienstleister!

Rundumprogramm (Hotel, Chauffeur, Sightseeing) wenn gefragt

Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Anwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Autokauf, Zahnarzt, Schulen,.....je nach Bedarf

Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

Immer GmbH!

Zypern, Griechenland, CH, Liechtenstein GmbH – Österreichische Tochter GmbH

Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

0,6 – 1,2 % ab 15 Mio €

Ca. 2 % bei Privatimmobilien

Ausländische Käufer zahlen in cash!

Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich

Nationalitäten:

Russen kommen stärker wg. Engagement

Deutsche kommen aus steuerlichen Gründen jetzt weniger (flat tax wäre toll)

Objekten:

Qualität der Objekte hat sich internationalisiert

Speckgürtel rund um 1. Bezirk (2. bis 9. Bezirk) jetzt noch 6.000,-€/m² steigt auf 15.000,-€/m²

Medien:

Insertionen immer weniger, Internet in jeder Form

Persönlicher Kontakt ist auch das Ziel!

Preisen:

In 5 Jahren ca. + 40%

Internationale Käufer nationaler Luxusimmobilien

Fragebogen

Firma: Immobilien (2)

Wien

Interview mit: Prokurist

Am: 17.10.2011

Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen?

Art:

Villa

Wohnung mit bestimmten Voraussetzungen

Andere Immobilien sind sehr individuell zu beurteilen

Größe:

Großzügiges Wohnen

Wohnung ab 100 m²

Lage:

Teuerste Lagen

In Wien 1. und 19. Bezirk

Ausstattung:

Hochqualitativ – Granit, Marmor, Parkett

Höchstes Niveau - teure Armaturen

Preis:

Villen etwa 7.000,- bis 10.000,-€/m² je nach Zustand zuzüglich Grundstück

Wohnung ab 13.000,-€/m² im Dachgeschoß mit 1/3 des Preises für Terrassen

Wohnung ab 9.000,-€ im Regelgeschoß

Markante Eigenschaften:

Qualität der Immobilie

Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an? Und wo?

Art:

Eigentumswohnungen

Ort:

Innere Stadt

Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Prozent:

Ca. 60%

Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

Etwa 50% - nein

Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Wie Inländer – nur etwas teurer!

Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Russen

Arabischer Raum

Groß Britannien

Sonstige vereinzelt

Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Lebensqualität

Sicherheit

Kulturelles Angebot

Etwa 50% hat einen Österreichbezug

Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

21.000,-€/m² für DG-Ausbau mit 240 m² in der Riemergasse

Käufer war Russe

Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Kunde hat bereits anderen Wohnsitz, der verkauft wurde.

Welche Aktivitäten setzten Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Kontakte:

Stammkundenbetreuung, Messeauftritte

Kontakte über Knight Frank (Netzwerk)

Print:

Laufend diverse

Internet:

Websites diverse

Sonstige, wie Direct Mailing:

Neue Objekte

Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Financial Times

Bellevue

Medien in Koop mit Knight Frank

Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Russen = Kontakte bzw. Deutsche = Internet usw.?

Russen haben vor Ort Berater – andere Nationalitäten nicht

Internet eher von anderen Nationalitäten, als Russen

Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Interessenten, die mit Wien zu tun haben, nehmen direkt Kontakt auf

Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Prinzipiell ist Englisch von Nöten

Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Zumeist gibt es ein Beraterteam, daher sind diese nicht nötig

Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

Grundverkehrsbehördliche Genehmigung

Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Generell wie bei Inländern

Luxussegment hat Fixpreise

Berater wollen zumeist verhandeln

Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich

Nationalitäten:

Früher waren Araber stärker

Russen haben jetzt intensiven Bedarf

Es gibt einen Trend zu Chinesen

Objekten:

Typischer Altbau in Wien

Im Dachgeschoß (tatsächlicher Luxus)

Medien:

Internet

Preisen:

In 5 Jahren Verdoppelung der Preise im 1. Bezirk – dieser Trend wird deutlich abgeflacht weitergehen. Ausländer werden in Zukunft noch viel stärker zuschlagen.

Internationale Käufer nationaler Luxusimmobilien

Fragebogen

Firma/Unternehmensgegenstand: Immobilien 3 (Wien)
Interview mit: Geschäftsführender Gesellschafter
Am: 14.09.2011

Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen?

Art:

Luxus ist subjektiv!

Palais

Wohnung – auch Garconniere kann Luxus sein

Anlageobjekt kann ebenfalls Luxus sein

Größe:

In Relation muss das Objekt großzügig sein!

Lage:

Bezirke 1, 13, 18, 19 in Wien – jeweilige Mikrolage entscheidet

Auch andere Lagen im 14. und 16. Bezirk (wie am Wilhelminenberg) und in den Randgebieten Wiens, wie Klosterneuburg, Perchtoldsdorf,.....

Ausstattung:

Das Gebäude muss hochwertig und die Raumhöhe ab 270 m sein.

Die Materialien müssen bestens sein mit Stein-& Holzböden, auch bei Fenstern und Türen

Die Ausstattung beinhaltet hochwertige Bäder, Sanitär, Technik, Video-Alarmanlage

Preis:

1. Bezirk: 8.000,-€/m² im Regelgeschoß und ab 12.000,-€/m² im Dachgeschoß

13./18./19. Bezirk 5.000,-€/m² im Regelgeschoß und 6.500,-€/m² im Dachgeschoß

Markante Eigenschaften:

Luxuriöses Umfeld, Großzügigkeit im Grundriß

Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an? Und wo?

Art:

Innerstädtische Altbau-/Penthousewohnung

Villen

Ort:

Wohnungen 1. Bezirk

Villen 13./18./19./KLBG

Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Prozent:

90 – 95%

Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

50% - Kein Unterschied

Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Hochwertige Qualität

Penthouses

Villen (Ausländische Familien, die hier leben)

Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Osteuropa - Russen

Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Investition

Geschäftliche Aktivität in Ö (Gas-/Ölkonzerne)

Historischer Bezug zu Wien

Ö-Mentalität ist sympatisch

Wien ist geopolitisch interessant (3 Std. von Moskau)

Sicherheit, Sauberkeit, Ruhe

Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

Villa im 19. Bezirk um 8,7 Mio € an Russen 2010/11 verkauft

Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Vertrauensmann in Wien

Welche Aktivitäten setzten Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Kontakte:

EREN-Netzwerk seit 2004 (hervorgegangen aus ehemaligen Sothebys Repräsentanten)

Print:

Verliert an Bedeutung; gebucht werden Presse/Luxury, Gewinn, Standard,...

Eigenes Magazin (40.000 Klienten/Direct Mail, verteilt in Top Hotels London/Florenz etc.)

Internet:

Eigene Website + EREN-Website

Immobiliennet etc.

Sonstige, wie Direct Mailing:

Siehe Print

Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Flugzeugmagazine zu teuer

Inflight ist nicht meßbar

Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Russen = Kontakte bzw. Deutsche = Internet usw.?

Russen nutzen keine Vertriebskanäle im Land, sind sehr diskret, es ist ein punktuelles Geschäft über sehr verschlungene Wege

Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Die neue Generation ist modern und kann Englisch und Deutsch und nimmt direkt Kontakt auf (Telefon, Internet).

Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Professionalität, 1000%igen Service – denn Russen sind wie kleine Kinder = jetzt & sofort!
Sonst verlieren Sie das Interesse!

Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Abholen, Beratung, Rundumservice,.....,Schulen, Shops, Anwalt/Steuerberater mit Russischkenntnissen, Urlaub.....

Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

Die meisten Ausländer sind sehr gut vorbereitet und haben Firmen – sind aus beruflichen Gründen hier und durchlaufen die Grundverkehrskommission.

Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Es verhandeln alle – Osteuropäer sind großzügiger – Inländer knausriger

Auch die 3% werden verhandelt

Bei 99% ist die Finanzierung kein Thema, offshore-Überweisungen

Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich

Nationalitäten:

2008/09 waren Russen verschwunden und seit 2010 wieder zurück

Es gibt tendenziell ein größeres internationales Interesse (D, CH, GB, NL)

Objekten:

Penthouses im 1. Bezirk

Ansprüche werden höher – Kompromissbereitschaft wird weniger, dafür wird mehr Geld ausgegeben

Medien:

Internet wird immer wichtiger und Print unwichtiger

Preise:

In den letzten 10 Jahren haben sich die Preise in der Innenstadt verdoppelt bis verdreifacht. Als Beispiel seien hier die Dachgeschoßwohnungen gegenüber Albertina/Burggarten angeführt, die damals sensationelle 100.000,-ÖS erzielt haben. Jetzt liegen wir bei 15.000,-€ bis 20.000,-€m².

Andere Nobellagen sind nicht so stark gestiegen.

Dies wird sich nicht so fortsetzen, weil Wien kein Finanzplatz wie London, Zürich oder Paris ist.

Internationale Käufer nationaler Luxusimmobilien

Fragebogen

Firma/Unternehmensgegenstand: Immobilien 4 (Wien)

Interview mit: Managing Partner

Am: 13.09.2011

Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen?

Art:

Dachgeschoßwohnungen

Villen

Größe:

Spielt eine Rolle!

Lage:

Wichtigstes Kriterium – z. B. in der Innenstadt das Goldene U ist eine 1A Lage und der Rudolfsplatz ist eine 1 B Lage

Ausstattung:

Entweder alles originale Stilelemente oder alles hochqualitativ neu

Preis:

Wohnung ab 10.000,-€/m² bis 15.000,-€/m² im Dachgeschoß

Villa/Haus ab 12.000,-€

Markante Eigenschaften:

Wellness- & Poolbereich, Grünanlage, Garagenplätze, Liftzugang, Terrasse auf Wohnebene

Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an? Und wo?

Art/Ort:

Dachgeschoßwohnungen in den Bezirken 1 bis 9

Villen in den Bezirken 18/19 und in KLBG/Mödling

Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Prozent:

95%

Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

< 1,5 Mio € eher Inländer im 2. bis 9. Bezirk/KLBG/Mödling
+ 2 Mio € Ausländer in 1 A Lagen

Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Dachgeschoßwohnungen

Villen

Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Osteuropa (Kasachen und Russen)

Deutsche (durch die Verbindungen des Netzwerkes)

Arabischer Raum

Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Deutsche wegen Job und Wohnsitzverlegung

Osteuropäer oftmals Botschafter

Araber als 2., 3. oder 4. Wohnsitz

Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

Villa um 4,5 Mio € 2011 an einen Kasachen

Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Kollegengeschäft

Welche Aktivitäten setzen Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Kontakte:

Netzwerk

Print:

E&V-Verlag/GG steht für „Grund genug“ bei Morawa 4 x p.a.

Lokal: Presse jede Woche, Presse/Luxury 2 x p.a., Gewinn jeden Monat,
Immobilienstreifzug Ö und Kitzbühel jede Ausgabe, Wirtschaftsblatt De Luxe

Internet:

Zentrale Website (Englisch) mit lokaler Subdomain in Landessprache (Deutsch)

Plattformen, wie Immobiliennet, Standard etc.

Sonstige, wie Direct Mailing:

Headquarter in Hamburg macht alles (Marketingabteilung), News Letter, Schöne Aussichten
1-2x p.a. (Broschüre)

Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Zentrale in D macht Imagewerbung

Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Russen = Kontakte bzw. Deutsche = Internet usw.?

Alle Nationen über Internet

Deutsche speziell über das Netzwerk

Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Direkt oder über das Netzwerk (hauptsächlich)

Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Bei Russen gibt es immer einen Mittelsmann. Die Identität wird lange geheim gehalten. Je nach Sprachbarrieren wird direkt kommuniziert. Kasachen melden sich direkt.

Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Wichtig ist after sales service, wie Behördenwege, Umzugshilfe, Ummeldungen, Abmeldungen

Amerikaner wollte absolut alles!

Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

Share Deal bei Ausländern – Übernahme der GmbH

Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Üblicherweise 3+3%

Finanzierung bei Objekten zwischen 500.000,-€ und 700.000,-€ - darüber in cash

Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich

Nationalitäten:

Sind gleich geblieben – aber Trend zur Immobilie!

Objekten:

Lage innerhalb des Gürtels – in Ringnähe

Medien:

Internet wird immer wichtiger und im Luxussegment ist Print wichtig

Preise:

In den letzten 10 Jahren haben sich die Preise in der Innenstadt verdoppelt - siehe Kuppel-Wohnungen bei der Albertina

Internationale Käufer nationaler Luxusimmobilien

Fragebogen

Firma: Immobilien 5 (Wien)
Interview mit: Prokurist & Leiter Wohnimmobilien
Am: 17.08.2011

Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen?

Art:

(fast) jede kann Luxusimmobilie sein

Größe:

Großzügiges Wohnen in Relation zur Normalwohnung

Lage:

1 A Lage

Ausstattung:

Vollholz, Parkett, Feinsteinzeug, Marmor

Preis:

Ab 5.000,-€/m²

Markante Eigenschaften:

Erlesene Kombination, Umgebung, Consierge, Blick, Garage,....

Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an? Und wo?

Art:

Eigentumswohnungen am ehesten im Dachgeschoß

Ort:

1. und 19. Bezirk

Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Prozent:

Ca. 10 - 15% der Wohnimmobilien im Eigentum

Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

Etwa 60 - 70% - Inländer kaufen Wohnungen in ausgezeichneter Lage

Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Prestigeobjekte (suchen Altbau und kaufen dann oft Neubau)

Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Osteuropa (Kasachen) – kaufen auch moderne Dachgeschoßwohnungen

Arabischer Raum – kaufen ebenfalls moderne Dachgeschoßwohnungen

Nicht unbedingt den Klischees folgend!

Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Image

Zentrale Lage Wiens

Kaufpreise international gesehen moderat

Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

Wohnung um 3 Mio €- Nationalität nicht mehr erinnerlich

Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Persönliche Kontakte

Welche Aktivitäten setzen Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Kontakte:

Kontakte sind wichtig

Print:

Mehrländer Medien

Österreichische gehobene Tageszeitungen, wie Presse und Kurier und punktuell Magazine

Internet:

Website auf Englisch und Deutsch

Sonstige, wie Direct Mailing:

Bei Suchaufträgen und Vormerkkunden

Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Vienna De Luxe – länderübergreifend in Deutsch, Englisch, Russisch

Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Russen = Kontakte bzw. Deutsche = Internet usw.?

Je nach Sprache!

Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Abhängig von den Sprachkenntnissen

Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Bei international agierender Klientel nein – die gibt es eher bei 3-Zimmer-Whg im 16. Bezirk

Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Treuhänder, Anwalt, Grundverkehrskommission

Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

GmbH ja, aber nicht bevorzugt

Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

wie Inländer

Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich

Nationalitäten:

Osten

Arabischer Raum

Deutsche

Andere Nationen punktuell durch Österreich-Bezug

Objekten:

Wie bisher

Medien:

Elektronische Medien, Exposés in elektronischer Form – Kurzinfo & Langinfo gefragt

Preisen:

Gute Objekte sind deutlich teurer geworden

Internationale Käufer nationaler Luxusimmobilien

Fragebogen

Firma: Immobilien 6 (Wien)
Interview mit: Geschäftsführender Gesellschafter
Am: 29.08.2011

Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen?

Art:

Alle – Dachgeschoßwohnung ist nicht unbedingt eine Luxusimmobilie, auch 1. Stock Altbau oder EG im Neubau (als Gartenwohnung) in der Bellevuestraße oder Cottage

Größe:

Kleine Wohnung am Stephansplatz ist auch Luxus

Lage:

Wichtigstes Kriterium! 1 A Lage gibt es in Teilen des 1. Bezirk, gut sind Augarten 2. Bezirk, 3. Bezirk Botschaftsviertel, unmittelbar angrenzende an 1. Bezirk, 4. Bezirk Botschaftsviertel (hinter Karlskirche), 6., Bezirk hinter dem Museumsquartier (Vielgradergasse), 7. Bezirk Ring Nähe, 8. Bezirk Piaristenviertel und 9. Bezirk Servitenviertel; dann die Bezirke 13, 18, 19 und Einzellagen der Bezirke 16 und 17.

Ausstattung:

Von jeder Produktkategorie im höchsten Segment, Raumhöhe ab 2,7 m

Preis:

Altbau unsaniert ab 3.000,-€/m²

Altbau saniert und Neubau ab 4.500,-€/m²

Markante Eigenschaften:

Kombination aus Gasse, Haus im Allgemeinen, die Wohnung und die Ausstattung

Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an? Und wo?

Art:

Sanierte Altbauwohnungen in Toplagen

Ort:

1. Bezirk Hoher Markt und 4. Bezirk Wohlebensgasse

Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Prozent:

Ca. 40%, denn das Hauptgeschäft ist die Vermietung von Wohnungen in Bauträger-Objekten mit 60%

Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

Etwa 60 Inländer (davon 10 % Ö-Expats) kaufen Wohnungen – herrschaftlicher Altbau

Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Kein Unterschied zu Inländern

Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Osteuropa (Bulgaren, Russen, Tschechen, Ungarn) – viele Autoabstellplätze

Südamerika (Argentinier, Chilenen) – Auto kein Thema

Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Sicherheit

Österreichbezug durch Niederlassungen, Beteiligungen etc.

Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

Wohnung am Hohen Markt um 9,3 Mio € in der 5. Etage an einen Russen

Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Internet

Welche Aktivitäten setzen Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Kontakte:

z.B. Wiener Ball in Moskau

Print:

Skyline, Trend, Format, Gewinn, Presse, Kurier

Internet:

Projekthomepage in Englisch und Deutsch

Plattformen

Sonstige, wie Direct Mailing:

Digitale Mailings und Printfolder

Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Skyline

Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Russen = Kontakte bzw. Deutsche = Internet usw.?

Osteuropa - Internet

Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Sprache – E/D meistens, daher direkt – andernfalls indirekt durch Anwalt oder Freund

Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Ausländische Kunden sind weniger formell und entspannter als nationale Kunden

Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Beraterstab vorhanden – Kunden haben ihre Hausaufgaben gemacht und sind gut beraten

Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

95 % GmbH

Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Bis 500.000,-€ ist Finanzierung ein Thema – wenn Verhandlungen stattfinden, dann eher abstruß, weil Projektentwickler im Osten hohe DBs von 30 bis 40 % haben; in Ö aber durchschnittlich nur 10 bis 11 % und wenn Bauträger sehr gut höchstens 12 bis max. 20 %

Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich

Nationalitäten:

Russen wollen gerne Geld aus dem Land bringen

Objekten:

Luxuseigentum im Altbau (großzügig)

Medien:

Internet viel stärker- auch wir investieren 1 Mio € mehr als früher – jetzt auch für 10 Mio € Objekte

Preisen:

Bei hochqualitativen Objekten haben sich in 5 Jahren die Preise innerstädtisch verdoppelt von 5.000,-€ auf 10.000,-€/m² und im Altbau Regelgeschoß im 2. bis 9. Bezirk 3.500,-€/m² jetzt auf 6.000,-€/m² entwickelt

Internationale Käufer nationaler Luxusimmobilien

Fragebogen

Firma: Immobilien 7 (Wien)

Interview mit: Geschäftsführer

Am: 4.10.2011

Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen?

Art:

Haus, Wohnung – fast alles kann eine Luxusimmobilie sein

Größe:

+ 200 m²

Lage:

Topinfrastruktur, Fernblick, Ruhe

Ausstattung:

Stein, Parkett – Klimaanlage, Bussystem, sehr gehobene Sanitär- und Badeausstattung

Preis:

5.000,- bis 10.000,-€m²

10.000 bis 20.000,-€m² (Penthouse ab 15.000,-€m²)

Markante Eigenschaften:

Großzügigkeit, Lift mit Wohnungsfahrt, Garage, Raumhöhe 2,80 m

Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an? Und wo?

Art:

Penthouses, Villen (Auftragsarbeiten), Wohnungen (Nachfrage ab 100 m²)

Ort:

1., 19. und 13. Bezirk

Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Prozent:

Etwa 90 %

Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

Etwa 10% - die Objekte sind weniger teuer im Durchschnitt – oft Auftragsvillen

Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Wohnungen – ausländische Käufer sind einfacher in der Handhabung

Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Wegen diversen Kontakten sind die Käufer international bunt gemischt:

25% Russen

25 % Schweizer

25 % Amerikaner

25 % Italiener

Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Sicherheit, ruhiges und entspanntes Leben, Wien gefällt

Geldanlage (zumeist 3. oder 4. Wohnsitz)

Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

Gartenmaisonette um 1,7 Mio € an einen Russen

Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Bauherrkontakt

Welche Aktivitäten setzen Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Kontakte:

Persönliche Netzwerke & Empfehlungen

Print:

Internet:

Website

Sonstige, wie Direct Mailing:

Aussendungen an das Netzwerk

Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Arabischer Raum/Dubai – 2/1 Inserat/PR in Luxusmagazin/Image

Südfrankreich

Österreich (Hide Aways)

Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Russen = Kontakte bzw. Deutsche = Internet usw.?

Reagieren alle gleich – nur bei Interesse

Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Alte Kunden kontaktieren direkt – neue oft über Mittler

Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Direct Mails an bestehende Kunden – egal welcher Nationalität – Kontaktpersonen wählen aus und senden gefiltert weiter

Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Full Service von der Firmengründung bis zur Einrichtung

Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

GmbH – ausländische Kapitalgesellschaften (Liechtenstein, Schweiz, Luxemburg,....., nicht Osten)

Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Bauträger sind provisionsfrei

Treuhänder (zahlt sofort, wenn fällig)

Abwicklung nach BTVG

Ausländer 10% und Inländer 33%

Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich

Nationalitäten:

Chinesen sind dazugekommen

Ansonsten wie oben

Objekten:

Innenstadtwohnungen ab 10.000,-€ ist neuer Trend!

Medien:

Internetpräsentation hat stark zugenommen

Preisen:

Toplagen - Luxusobjekte haben sich verdoppelt von 10.000,-€/m² auf 20.000,-€/m²

Internationale Käufer nationaler Luxusimmobilien

Fragebogen

Firma: Immobilien 1 (Kitzbüchel)
Interview mit: Eigentümer
Am: 22.12.2011

Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen?

Art:

Wohnung, Landhausvilla, Chalet

Größe:

Wohnung + 200 m²

Haus + 400m² + Grundstück 1.200 m²

Lage:

Kitzbüchel: Sonnberg (sonnig), Kitzbühler Horn, Hahnenkamm („Schattberg“); Aurach, Jochberg, Bichlalm, Wilder Kaiser (Blick, aber Nord), Reith

Ausstattung:

Hoher Standard in Kitzbüchel, höchste Qualität der Materialien (Altholz, Naturstein von Marmor bis Sandstein), perfekte Technik (BUS, Internet, Musik Revox System, Staubsaugeranlage, Jalousien, etc.)

Preis:

Wohnungen 1,8 bis 2 Mio €(viel wird um 1 – 1,2 Mio €verkauft, dann wenig), also um 9.000 bis 17.000,-€/m²

Häuser 4 Mio €bis 22 Mio €

Grundstücke in Aurach um 3.500,-€/m², in Kitzbüchel um 2.800 bis 3.500,-€/m², in Reith um 1.000,-€/m², in Kirchberg um 800 bis 1.000,-€/m²

Markante Eigenschaften:

Siehe oben Ausstattung, mehrere Garagen, Lift, Wellness/Pool

Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an? Und wo?

Art:

Häuser

Wohnungen

Ort:

Kitzbühel, Aurach, Jochberg, Reith

Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Prozent:

75 - 80 %

Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

Etwa 10% - wie Ausländer

Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Wie Inländer – Wohnsalon muss repräsentativ sein

Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Wegen diversen Kontakten sind die Käufer international bunt gemischt:

80 % Deutsche

Niederländer

Briten

Schweizer

Wenig Italiener, Franzosen und Russen

Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Deutsche sind „Herdentiere“, sie ziehen einander nach

Kitzbühel liegt toll, Münschen ist 1,5 Stunden nahe, Tourismus ist positiv besetzt

Investition (in der Krise wurden in Spanien Objekte verkauft, Kitzbühler Immobilien blieben)

Gute Lagen sind eine Sicherheit für den Wiederverkauf

Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

Haus um 14,5 Mio € an einen Engländer, der in Südfrankreich lebt

Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Durch Empfehlung – Homepage – Suchkriterien waren jedoch andere

Welche Aktivitäten setzten Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Kontakte:

Persönliches internationales Netzwerk

Print:

Highlife, Bellevue, Trend, Format, Gewinn, Streifzug, sonstige Luxusmagazine

Internet:

Website, keine Plattformen (nur Bellevue) aufgrund der Diskretion je nach Kunde/Objekt

Sonstige, wie Direct Mailing:

Ältere Interessenten bevorzugen Print, 30 – 50% per Mail

Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Siehe oben

Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Russen = Kontakte bzw. Deutsche = Internet usw.?

Das Alter ist stärker ausschlaggebend als die Nationalität

Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Beides – aber meistens direkt, Ehefrau oder auch Sekretärin melden sich oft

Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Mit Englisch kommt man aus, bei Italienern wird ein Dolmetsch beigezogen, der Kunde muss sich wohlfühlen

Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

100% Dienstleistung, denn die Frauen müssen sich um alles kümmern und wir helfen bei Anmeldungen von Wasser, Strom, Gas, bei Hauspersonal (fix/variabel), Lieferung von Christbäumen, Kühlschränke füllen, Restaurants und vieles mehr

Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

Stiftungen, GmbH, Arbeitswohnsitze (Liegenschaften dienen nicht ausschließlich für die Freizeit)

Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Alle handeln – der Spielraum wird vereinbart!

Alleinvermittlungsaufträge mit 1,5 bis 2% vom Abgeber und zumeist einem Absolutbetrag je nach Transaktionshöhe beim Käufer (rund 1,8 bis 2%)

Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich

Nationalitäten:

Neue EU-Länder (Bulgaren, Rumänen) < 2 Mio € sind dazugekommen

Ansonsten wie oben

Objekten:

Tiroler Stil ist nach wie vor sehr gefragt, aber in leichter Ausführung

Zeitloser Stil – schlichter verarbeitet

Designkontraste gefallen

Medien:

Internet hat stark zugenommen

Mehr in internationale Hochglanzmedien

Süddeutsche TZ geht nicht mehr

Preisen:

Gute Objekte steigen langsam, schlechte Lagen haben verloren

Bis 2009 + 10%, dann Stillstand

Internationale Käufer nationaler Luxusimmobilien

Fragebogen

Firma: Immobilien 2 (Kitzbühel)
Interview mit: Geschäftsführer
Am: 22.12.2011

Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen?

Art:

Luxuslandhaus

Größe:

Haus + 500m² + Grundstück 1.000 m²

Lage:

Aurach/Kochau (Exbürgermeister von Moskau kaufte hier), Sonnberg, Bichlalm, Jochberg, Reith, Kirchberg, Ellmau, Going

Ausstattung:

Wellnessbereich, Lift, 4 – 5 Schlafzimmer mit Bädern, großzügige Garagen

Preis:

Wohnungen + 1 Mio €- in Kitzbühel 150 bis 170 m² um etwa 2 Mio € in Kirchberg/Ellmau/Going um <1,5 Mio €

Häuser 3 bis 20 Mio €(z.B. Kaiserreich um 12 Mio €)

Häuser 4 Mio €bis 22 Mio €

Grundstücke in Aurach um 3.500,-€/m², in Kitzbühel um 2.800 bis 3.500,-€/m², in Reith um 1.000,-€/m², in Kirchberg um 800 bis 1.000,-€/m²

Markante Eigenschaften:

Großzügigkeit, Wellnessbereich (Sauna, Dampfbad, Hallenbad), außen traditionell, innen Designermöbel, Weinkeller, BUS-System von überall steuerbar, Blick!!!

Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an? Und wo?

Art:

Landhaus-Chalet 1-2 p.a.

Wohnungen

Grundstücke (vereinzelt)

500.000 bis 3 Mio €= bread & butter

Ort:

Siehe oben + Pillerseetal (St. Jakob, Fieberbrunn, St. Ulrich) mittleres Segment – Gegend im Aufwind

Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Prozent:

Etwa 30 %

Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

Etwa 10% - kaufen günstigere Luxusobjekte und brauchen über Schneeräumung hinaus keinen Service

Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

90 % ausländische Käufer – jeder Service intensiv gefragt

oberes Ende des Luxussegmentes (Heidi Horten und Co)

Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

Wegen diversen Kontakten sind die Käufer international bunt gemischt:

60 % Deutsche

20 % Niederländer

10 % Italiener

Briten und Schweizer

Araber - Anfragen wg. Aufenthalt in Zell am See im Sommer im Grand Hotel

EU-Ausland (Problem): nur 4 bis 5 Russen etwas verkauft

Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Sicheres Investment

Sicherheit

Freizeitwert (Region)

Gutes Essen

Gute Erreichbarkeit (3 Flughäfen)

Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

Haus in Kitzbühel um 17 Mio € an Liechtensteiner Investmentgesellschaft

Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Internetwerbung – Website - Suchmaschine

Welche Aktivitäten setzten Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Kontakte:

Vormerkkunden

Print:

Kitzinfo-Magazin, Münchner Magazin, Snow Polo (St. Moritz, Kitzbühel, Sylt) – nicht Streifzug (Mü/Kitz/Ö - weil neu)

Internet:

Google Adwords Optimierung (Werbeagentur in Deutschland)

Sonstige, wie Direct Mailing:

Vormerkkunden – Folder!

Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Web in Englisch und Deutsch

Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Russen = Kontakte bzw. Deutsche = Internet usw.?

Deutsche reagieren auf Web (Objekte selten exklusiv – dennoch Darstellung)

Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Größtenteils Direktkontakte

Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Alle 1. per Mail und/oder 2. per Telefon

Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Diverse Services (so entstehen Beziehungen)

Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

GmbH oder Stiftungen

Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Ausländer zahlt eher 3% (2-3% Abgeberprovision)

Inländer versuchen zu verhandeln – es wird aber nicht unter 2% akzeptiert

10 bis 14 Tage auf Treuhandkonto Zahlung üblich – andere Varianten nach Vereinbarung möglich

Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich

Nationalitäten:

Ansonsten wie oben – stabil, bodenständige Klientel (altes Geld) aus D

Objekten:

Tiroler Stil mit modernem Interieur (Bäder etc.)

Medien:

Früher Print jetzt Internet

Preisen:

Grundstücke A-Lage von 1.000 auf 3.000,-€m²

Wohnfläche A-Lage von 6.500 auf 10 bis 15.000,-€m² (Haus und Wohnung)

Internationale Käufer nationaler Luxusimmobilien

Fragebogen

Firma: Immobilien 3 (Kitzbühel)

Interview mit: Eigentümer

Am: 22.12.2011

Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen?

Art:

Wohnung und Haus

Größe:

Penthouse ab 150 m² (zumeist 100 – 150 m²)

Häuser ab 250 m²

Lage:

Wohnung – fußläufig stadtnah (Richtung Streif, Römerweg, Hahnenkamm),

Haus - Sonnberg, Bichlalm, Reith, Lehenberg, Lutzenberg, Aurach/Kochau, Oberhausenweg

Ausstattung:

Dielenböden, Altholz, Terrastone, Lärmschutz, BUS-System, Garagen, höhere Räume, Lift ab 4 Mio €(seit 5 Jahren), Wellnessbereich

Preis:

Wohnfläche (Haus, Wohnung) ab 10.000,-€/m²

Grundstück ab 3.500,-€/m²

Markante Eigenschaften:

Qualität der Verarbeitung, Dornbracht Armaturen, Küche um 200.000 bis 400.000,-€

Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an? Und wo?

Art:

Wohnungen um 1 bis 1,5 Mio €(Ferienwohnungen)

Häuser um 4 bis 5 Mio €

Ort:

Wie oben + Jochberg bis Elmau und Kirchberg

Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Prozent:

80 %

Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

40% Inländer aus Wien, Linz, Salzburg

Benötigen mehr Schlafzimmer wg. Gästen

Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Wie Inländer

Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

60 % ausländische Käufer, davon etwa 50% Deutsche (Hamburg, Düsseldorf, Berlin,...) und 10% aus Großbritannien, Italien, Schweiz, neue EU-Länder (Tschechien,...) – Russen nicht wegen Tiroler Grundverkehrsgesetz

Etwa 400 km Radius!

Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Kommen nach Kitzbühel statt nach St. Moritz (viele Russen!), wo es sehr teuer ist und eine hohe Kriminalität gibt bzw. statt Cortina.

Urlaub ist schön – die Firma wurde verkauft, nun wird die Pension genossen – emotionale Gründe!

Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

Haus mit 8 Mio € an einen Deutschen

Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Inserat! Streifzug (Autokönig in München – durch Aussendung)!

Welche Aktivitäten setzen Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Kontakte:

Persönliche Kontakte seit 1975

Print:

Polo, Streifzug (Mü/Kitz/Ö), FAZ, Welt am Sonntag, Financial Times, Kitz Magazin, Regionale Magazine

Internet:

Website (seit 2 Jahren Projekt in E/D)

Keine Immoportale

Sonstige, wie Direct Mailing:

E-Mailings

Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Siehe oben

Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Russen = Kontakte bzw. Deutsche = Internet usw.?

Nein

Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

99% Direktkontakt

1% Mittelsmänner/frauen, Angestellte

Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Nein – nur persönlich unterschiedlich

Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Auf Anfrage – Referenzliste von Handwerkern, Hausmeister, Zugehfrau, Hotels etc.

Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

Oftmals Leasing

Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Nicht Nationalität – sondern Persönlichkeit entscheidet, ob verhandelt wird oder nicht

2 bis 3% Käufer

2 bis 3% Verkäufer

1/3 haben Schwierigkeiten mit der Bezahlung

Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich

Nationalitäten:

Ähnlich geblieben; Kunden werden aber jünger (+35 Jahre, Banker London/FF – gut im Geschäft) – das war von 10 bis 15 Jahren nicht möglich

Objekten:

Teurere aufwendigere Objekte

Medien:

Immer mehr Internet – keine Post

Preisen:

7-10% jährliche Steigerung – in 10 bis 12 Jahren Verdoppelung

Internationale Käufer nationaler Luxusimmobilien

Fragebogen

Firma: Immobilien 4 (Kitzbüchel)

Interview: Sales Manager

Am: 22.12.2011

Welche Immobilie würden Sie als Luxusimmobilie bezeichnen?

Art:

Wohnung, Haus, Grundstück

Größe:

Wohnung ab 120 m²

Häuser/Chalets ab 150 m² (als Ferienimmobilie)

Lage:

Nur Kitzbüchel und Randgebiete

Umbauung, Ruhe, Sonne, Blick

Ausstattung:

Sichtdachstuhl in Altholz, Designer-Lichtschalter, -Armaturen, breite Eichenböden, BUS-System, Garagen, Lift

Preis:

Kitzbüchel: Wohnanlage (Lehenberg) 8.500 bis 11.500,-€/m² - Penthouses sogar bis 16.500,-€/m²

Umgebung: Wohnungen 5.000 bis 9.000,-€/m²

Grundstück: 1.600 bis über 3.000,-€/m²

Markante Eigenschaften:

Wirklich luxuriöse Häuser/Wohnanlagen nur mit Wellnessbereich, Garagen, Car Port

Welche Luxusimmobilien verkaufen Sie am Meisten bzw. bieten Sie an? Und wo?

Art:

Neuwertig oder Erstbezug Wohnungen und Häuser etwa 50/50

+ 500.000 bis 4 Mio €

In und etwa 20 km rund um Kitzbühel (bis Kirchberg, Wilder Kaiser, Going)

Welchen ungefähren Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens nehmen sie ein?

Prozent:

90 % (viel über Bauträger)

Welchen Anteil an inländischen Käufern von Luxusimmobilien haben Sie etwa? Haben diese eine besondere Neigung zu einer Immobilienart?

15 bis 20 % Inländer, sind eher Sparfüchse, suchen nach besseren Angeboten

Welche Luxusimmobilien werden von ausländischen Käufern bevorzugt?

Luxus ist sehr individuell – manche nur Lage, manche nur Liebe auf den ersten Blick,....

Woher kommen die ausländischen Luxuskäufer? Gibt es spezielle nationale Vorlieben?

60 % Deutsche

5 bis 10% Niederländer (eher Wohnung oder Häuser mit vielen Zimmern)

Franzosen

Italiener

Polen, Tschechen (Wohnungen)

Warum kaufen diese Menschen in Österreich Luxusimmobilien?

Kitzbühel steht für Skifahren, für Bayern ist es Naherholungsgebiet, 70% wünschen sich eine Alleinlage

Es ist eine Geldanlage, aber gekauft wird mit Emotion!

Was war der teuerste Verkauf in den letzten 5 Jahren? An welche Nationalität wurde verkauft?

Landhaus um 16 Mio € in Kitzbühel an einen Russen vor 2-3 Jahren

Haus um 10 Mio € an einen Deutschen

Wie haben die Käufer von der Immobilie erfahren?

Berater suchte Kapitalanlage – Internet

Welche Aktivitäten setzten Sie üblicherweise, um diese Zielgruppe anzusprechen?

Kontakte:

Monatliche Newsletter

Print:

Streifzug (Mü/Kitz/Ö)

Objektbuch (versandt & verteilt in Hotels)

Einzelbücher (Premiummarketing mit eigener Homepage)

Internet:

Website (Google Adwords Kampagne)

Keine Immoportale

Sonstige, wie Direct Mailing:

E-Mailings

Summe etwa 30.000,-€ Budget

Spielen internationale Medien eine Rolle? Wenn ja, welche wo und in welcher Sprache?

Süddeutsche Zeitung

Frankfurter Allgemeine Zeitung

Immobilienportale

Reagieren unterschiedliche Nationalitäten auffallend auf bestimmte Maßnahmen bzw. eben nicht?

Russen = Kontakte bzw. Deutsche = Internet usw.?

Eher altersmässig anders: Ältere reagieren auf Objektbücher

Jüngere auf das Internet

Nehmen ausländische Käufer direkt Kontakt auf oder indirekt (über inländische oder ausländische Mittelsmänner/frauen)?

Sowohl direkt, als auch indirekt je nach Sprache – Osteuropa/Russland

Gibt es bei einzelnen Nationalitäten besondere Herausforderungen, wie der Kontakt und die Kommunikation zu sein hat?

Schriftlich – Mail

Österreicher rufen öfter an

Bieten Sie Ausländern besondere Dienstleistungen an (GmbH Gründungen, Einbürgerungen etc.)?

Alles in Deutsch und Englisch, Beratung auch in Französisch

Bei jedem Kauf Anwaltsgespräche, Bank, Hausmeister, Einrichter, Versicherung,.....

Welche rechtliche Form des Grunderwerbes wird von nicht EU-Bürgern zumeist gewählt?

Stiftungen

Wie erfolgt die Bezahlung/Honorierung?

Je fremder , umso weniger wird verhandelt!

D/NL/Ö verhandeln! Anderssprachige weniger!

Ca. 3% Käufer

2 bis 3% Verkäufer

Welche Trends stellen Sie fest, hinsichtlich

Nationalitäten:

1 bis 2 spektakuläre Verkäufe an Araber (Saudi Arabien)

Objekten:

Tendenz von großen Häusern zu etwas kleineren und auch Wohnungen

Medien:

Früher Print – jetzt noch stärker Web

Preisen:

Innerhalb von 5 Jahren fast verdoppelt