

# NAVIGATOR

Der Newsletter von SINUS SOCIOVISION

Ausgabe 2/2005

## Inside

**"WohnWissen": Ein neues Angebot für die Immobilienwirtschaft**

## **Präzise Marktanalyse durch nachfrage-orientiertes Wertmanagement**

Für die strategischen Entscheidungen von Wohnungsunternehmen über ihre Portfolios, Bestände und Investitionen ist von großer Bedeutung, dass sie das Zusammenwirken von Angebot und Nachfrage präzise nachvollziehen können. Das gilt umso mehr, als in diesem Markt lokal, regional und überregional gänzlich unterschiedliche Marktconstellations auftreten.

Genau hier setzen die Instrumente eines an Bewohnern, Nachfragern und Marketing-Zielgruppen orientierten Wertmanagements an, die Sinus Sociovision, microm und der vhw im gemeinsamen Projekt "WohnWissen" entwickelt haben. Ausgangspunkt war die Erkenntnis, dass die heute vorhandenen Daten (z.B. Soziodemografie, oder Geschäftsdaten der Unternehmen) bei weitem nicht mehr ausreichen, um die Wohnbedürfnisse, die Ansprüche an Lage und Ort von Immobilien und die lokalen Marktzusammenhänge zu erklären.

## **Mensch, Raum, Objekt: Magisches Dreieck des Erfolgs**

Seit sich der Immobilienmarkt vielerorts entspannt und sich vom Anbieter- zum Nachfrager-Markt entwickelt hat, bestimmt das Dreieck von Mensch, Objekt und Raum immer stärker über Erfolg und Misserfolg von Angeboten. Um diesen Zusammenhang transparent zu machen und für die Planung nutzen zu können, werden nun Ansprüche und Lebensstile der Menschen mit mikrogeografischen Daten des Raumes sowie zukunftsfesten Aussagen und Daten zu Ausstattung, Zuschnitt oder Wohnumfeld der Objekte verknüpft.

So wird z.B. aufgrund der Sinus-Milieus ermittelt, wer relevante Zielgruppen sind und wie sie leben. Microm wiederum nutzt seine Expertise in der Mikrogeografie, um heraus zu filtern, wo bestimmte Zielgruppen leben. Diese Daten werden durch feinkörnige Daten der Kommunalstatistik ergänzt. Dabei werden soziokulturelle Strukturen bis hinunter zu einzelnen Straßen und Häusern erkennbar. Ein systematisches und breit angelegtes Monitoring des Wohnungsmarktes im Rahmen der 3SC Trendforschung von Sinus Sociovision liefert zusätzliche Erkenntnisse darüber, wie Menschen wohnen und wohnen wollen.

Aus diesem Daten-Dreiklang destillieren die Partner die Verfassung lokaler Märkte, positionieren darin Angebote und Bestände, analysieren Chancen und Risiken, liefern Hinweise und Leitplanken für die Produktentwicklung und leiten Möglichkeiten des Marketings ab. Sie beschreiben nicht nur die Wohnvorlieben

bestimmter Bevölkerungsgruppen. Sie ermitteln zugleich, wo diese heute wohnen, wohin sie künftig umziehen werden und welche Art von Wohnung und Ausstattung diese Gruppen dann nachfragen werden.

### **"WohnWissen" auf der Immobilienmesse EXPO REAL in München**

Das Beratungsangebot "WohnWissen", das Sinus Sociovision gemeinsam mit dem vhw und microm der Immobilienwirtschaft offeriert, stellen die drei Partner auf der EXPO REAL in München einem breiten Fachpublikum aus dem Immobilienmarkt vor. Unter dem Titel "Qualitative Marktanalysen und Beratungsleistungen für Wohnungsunternehmen, Bauträger und Kommunen" informieren Bernd Hallenberg, stellvertretender Hauptgeschäftsführer des VHW, Thomas Perry, Director und Projektverantwortlicher bei Sinus Sociovision sowie Rolf Küppers, Leiter Data & Methods bei microm, über das Projekt. Die Veranstaltung findet statt am 11. Oktober 2005, 12 Uhr in Raum B21, Halle B2.

**© Sinus Sociovision GmbH 2005**