



Kaufen oder nicht kaufen? Diese Entscheidung fällen immer öfter die Frauen.

BILD: S.N.MUHR

Die Frauen entscheiden

Immobilienkauf ist eine weitreichende Angelegenheit. Die Entscheidung für oder gegen eine Liegenschaft fallen immer öfter die Frauen.

BERNHARD SCHREGLMANN

BAUFINANZIERUNG

Nicht nur Mitentscheider. Frauen, die in einer Partnerschaft oder Familie leben, sind in zumindest 80 Prozent der Fälle Mitentscheider bei großen Anschaffungen, etwa beim Autokauf, Urlaub, einem Wohnungsumbau oder bei der Wohnungseinrichtung. In annähernd 90 Prozent wird gemeinsam mit dem Partner entschieden, ob und wie gespart wird oder wie Rücklagen verwendet werden, das zeigt eine Studie von creditnet.at.

Frauen finanzieren klüger. Von den rund 5000 Kreditsuchenden, die 2013 einen Kreditvergleich auf creditnet.at machten, war mehr als die Hälfte weiblich. Frauen machen deutlich häufiger als Männer einen Kreditvergleich und informieren sich schon im Vorfeld.

Immobilienkauf ist nicht nur eine Sache der Fakten, sondern auch eine der Herzen. Wer beabsichtigt, ein Objekt zu kaufen, der will sich darin in erster Linie wohlfühlen. Die technischen Details sind dann oft ein anderes Thema. „Ich beobachte, dass die Kaufentscheidung immer öfter von den Frauen kommt“, sagt die Salzburger Immobilienmaklerin Marlies Muhr. „Von 100 Kaufentscheidungen werden sicherlich 60 durch Frauen getroffen.“ Frauen seien heute eben viel selbstbewusster.

Sie habe in den vergangenen Jahren beobachtet, dass Frauen auch viel eher Immobilien als Geldanlage einsetzen als Männer. „Frauen haben ein ausgesprochenes Sicherheitsdenken. In Zeiten der Krise und der niedrigen Zinsen setzen sie daher viel mehr auf Immobilien als auf den Aktienmarkt.“ Die Frage der höchstmöglichen Rendite stehe dabei nicht so sehr im Vordergrund.

Auch bei der Besichtigung einer Immobilie treten Frauen anders auf und legen auf andere Details wert. „Das Gefühl, wenn man eine Wohnung betritt, ist sehr wichtig“, weiß Muhr. „Auch wenn die Wohnung vermietet werden soll, ist es den Frauen wichtig, dass sie sich auch selbst darin wohlfühlen würden.“ So wird auch viel Wert etwa auf Balkone oder Terrassen gelegt. Bei der Vermietung selbst wollen sich die Frauen auch immer selbst ein Bild vom Mieter machen. „Bei Männern geht es in der Regel um eine reine Kapitalanlage“, betont die Expertin.

Zu den von der weiblichen Klientel bevorzugten Details gehören neben dem Balkon auch ein Lift und die Infrastruktur der Umgebung, also ob etwa Geschäfte, Schulen oder Kindergärten in erreichbarer Nähe liegen. Muhr: „Frauen tendieren auch eher zu Drei-Zimmer-Wohnungen, auch wenn ein Pärchen einzieht, steht dabei immer die Idee im Raum, es könnte ja eine Familie werden. Männer kaufen bei Anlagewohnungen eher kleinere Objekte.“ Dass den Frauen da sozusagen von den reichen Männern eine „Spiel-

wiese“ überlassen werde, glaubt Muhr hingegen nicht. „Jetzt kommt die Erbengeneration und das sind auch Frauen. Hinzu kommt, dass Frauen inzwischen ebenfalls oft sehr gut verdienen.“ Die Wohnung als Geldanlage sei daher in vielen Fällen eine ganz persönliche Vorsorge der weiblichen Kunden.

Laut der Erfahrung der Maklerin informieren sich Frauen vor allem im Internet auch viel genauer über ein mögliches Objekt. Man könne das gut beobachten, weil Frauen zu anderen Tageszeiten im Internet aktiv sind als die Männer. Sie informieren sich über Details einer Liegenschaft entweder am Vormit-

tag oder später am Abend. „Die Männer sind dagegen zu Randzeiten aktiv beziehungsweise wenn sie Wartezeiten, etwa am Flughafen, ausnützen.“

Ausgiebig recherchiert werde vor allem, wenn es bei der Immobilie um den Eigenbedarf gehe. Bei den Besichtigungen sind meist beide Partner anwesend, die Frauen achten aber, wie erwähnt, oft auf ganz andere Details. Sie tendieren auch eher zu Gartenwohnungen und interessieren sich für Balkone oder Terrassen. „Den Männern ist zum Beispiel die Größe nicht so wichtig. Frauen bevorzugen weiters ein größeres Bad, legen dort Wert auf ein Fenster und wollen lieber Badewannen, während die Männer eine großzügige Dusche bevorzugen.“ Ein innen liegendes Bad, wie es derzeit von den Planern umgesetzt wird, kommt bei der weiblichen Klientel jedenfalls nicht sehr gut an. Muhr: „Wenn Frauen in eine Immobilie hineingehen, da wollen sie sich dort wohlfühlen, man spürt richtig, wie sie die Umgebung aufnehmen und geistig schon ein- bzw. herrichten. Frauen haben da immer gleich ein Bild im Kopf.“

Aber sind diese geschlechtermäßigen Aufteilungen und Vorlieben nicht auch ein Stereotyp? „Das sind sie teilweise“, sagt Muhr, „aber Frauen reagieren nun einmal wirklich anders.“ Sie ziehen etwa bevorzugt in Gebiete mit vielen Schulen und suchen kurze Wege, um sich das Auto zu ersparen. Deshalb stehen auch die Ballungsräume bei den Frauen hoch im Kurs. In der Stadt Salzburg etwa sind das Bezirke wie Leopoldskron oder Gneis, die von Frauen für Wohnungen bevorzugt werden, weil sie sich für Familien mit Kindern eignen, im Grünen liegen und Lebenskultur vermitteln. Singles und Ehepaare hingegen suchen eher in der Altstadt beziehungsweise in der Riedenburg oder in Nonntal. „Aigen und Parsch liegen im Trend bei Familien, die ein Haus suchen“, weiß Muhr, gefragt sei da generell der Süden wie etwa Anif. Wenn Männer eine Geldanlage suchen, dann setzen sie dagegen auf Grundstücke oder auch Forstflächen etc.

Geschlechtermäßige Unterschiede sieht Muhr auch beim Thema Renovierung: „Männer können sich viel eher ein renovierungsbedürftiges Objekt im fertig sanierten Zustand vorstellen, wohingegen Frauen eine interessante Immobilie oft schon wegen des derzeitigen Aussehens ausscheiden.“ Mit sehr genauen Vorstellungen kommen nach Muhrs Erfahrung etwa Alleinerzieherinnen zu einem Besichtigungstermin, egal ob für Kauf oder Miete: „Sie sind für sich selbst verantwortlich, kennen ihren Finanzrahmen genau und entscheiden nur dann, wenn alles in diesen Rahmen passt.“ Gerade nach Scheidungen muss die Entscheidung oft schnell fallen, da sind klare Vorgaben sehr hilfreich. Muhr: „Nur wenn die Bedingungen fair sind, wird auch gekauft.“



Marlies Muhr, Immobilienmaklerin BILD: S.N.MUHR

Von 100 Kaufentscheidungen treffen Frauen 60.